



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA
DE MÉXICO**

**FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES
CUAUTITLÁN**

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPORTACION DE
AGUACATE MEXICANO A QUEBEC, CANADA**

T E S I S

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:
LICENCIADA EN CONTADURIA
P R E S E N T A :
MARIA DE LOS ANGELES CARBAJAL GARCIA

ASESOR: M.A. DANIEL HERRERA GARCIA



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

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

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

A G R A D E C I M I E N T O S

A Dios:

Por darme el mejor de los obsequios que es la vida misma, enseñándome que al enfrentar cada día con amor, valor y serenidad, se tiene la fe y la esperanza de un mejor presente. También agradezco tu infinita bondad ya que a pesar de mis errores y debilidades me ayudas a seguir creyendo en mí.

A mi Papá:

Gracias por el grado de comunicación y confianza que me has brindado, por que no ha sido ni menos, ni más, sino es en un punto exacto donde con tu experiencia me das al menos un consejo en cada plática, que me son y serán de utilidad siempre. Aunque eres exigente y a menudo finges dureza, lo haces porque quieres que sea una mejor persona cada día. Gracias por tu amor, recuerda que siempre te llevo en mi corazón.

A mi Mamá:

Ni con todas las palabras que hay podría terminar de agradecer tanto amor y comprensión que siempre me has tenido. Gracias por dejarme ser una persona importante en tu vida, porque no sólo has sido mi mamá, sino la mejor de mis amigas y eso no tiene precio. Eres el cimiento de amor, de todo lo que soy, te quiero mucho mami.

A mi hermano Carlos:

Eres el ejemplo de hermandad del cual estoy muy orgullosa, y no sólo por ser un gran profesionista, sino porque cada día nos unimos mas y descubro una gran humanidad en ti. Gracias por enseñarme el significado de la palabra paciencia. Gracias por alentarme a seguir de pie siempre.

A mi hermano Omar:

Dicen que los últimos, siempre serán los primeros, y este logro lo dedico principalmente a ti. Me has enseñado que nunca se deja de tener alma de niño, porque es una esencia que se necesita para llenar el espíritu de alegría. Creo firmemente en ti, y sé que lograrás muchas cosas positivas en tu vida. Gracias por ser como eres.

A Fabiola, Alejandra y Arianna:

Es bien dicho que una persona afortunada es aquella que se encuentra rodeada de una amistad sincera, por lo tanto no me queda más que agradecer a la vida por sentirme de esa manera, con todas y cada una de ustedes. Gracias por su cariño y por apoyarme siempre.

A Jorge, Miguel, Félix y Alejandro:

Son parte de las personas mas trascendentales en mi vida, porque en algún momento difícil han estado presentes para ayudarme con cariño y afecto a salir adelante. Gracias por sus consejos.

A la Universidad Nacional Autónoma de México:

El ser universitario no es sólo tener una playera puesta, sino es sentirlo desde el corazón. Gracias por la oportunidad de estudiar aquí, ya que no sólo me desarrolle como profesionista, sino como ser humano, por que por algo eres y serás la máxima casa de estudios.

A la Facultad de Estudios Superiores Cuautitlán:

Hoy me doy cuenta que la distancia no es lo importante, porque cuatro horas de camino durante cuatro años y medio, no son nada en comparación con lo aprendido y lo vivido aquí, y sobre todo que vale la pena cualquier esfuerzo por un poco de conocimiento. Gracias.

Al M. A. Daniel Herrera García:

Gracias por su tiempo y dedicación para la finalización de este trabajo. Además de que tuve la fortuna de ser su alumna y saber que es un gran profesionista.

A los Profesores:

Gracias por impartir sus conocimientos y experiencia profesional que en muchas de las ocasiones es lo que mas nos ayuda en nuestra vida laboral.

A toda la comunidad universitaria:

Todos jugaron un papel muy importante en este logro, por eso no me queda más que agradecer de todo corazón a todas aquellas personas que conocí y conviví dentro de la facultad.

I N D I C E

INTRODUCCION

CAPITULO 1

CONTEXTO DEL COMERCIO EXTERIOR

1.1 Políticas de comercio exterior	2
1.2 Participación de México dentro del comercio exterior (Globalización)	8
1.3 Balanza de pagos	15

CAPITULO 2

REGULACION JURIDICA Y CONSTITUCIONAL DEL COMERCIO EXTERIOR EN MEXICO

2.1 Regulación constitucional y validez jurídica	22
2.2 Obligaciones fiscales en materia de exportación	28
2.3 Regulación arancelaria y no arancelaria	36
2.4 Tratados comerciales	44

CAPITULO 3

PROCEDIMIENTO ADMINISTRATIVO

3.1 Documentos y trámites aduaneros	60
3.2 Programas e instituciones de apoyo para la exportación en México	69
3.3 Términos internacionales de comercio	79

CAPITULO 4

ANALISIS ESTRATEGICO DE LA EMPRESA CON PERFIL EXPORTADOR

4.1 Aspectos del proceso productivo	85
4.2 Análisis contable y financiero	90
4.3 Análisis de FODA	94
4.4 Manual de exportación	96
A. La decisión de exportar	97
B. Gestión de mercado	100
C. Contratos en el mercado internacional	102
D. Documentos y trámites	103
E. Comunicación y promoción	104

F. Organización interna para la exportación	105
4.5 Plan de negocios	106
CAPITULO 5	
PLAN DE NEGOCIOS DE EXPORTACION DE AGUACATE MEXICANO A QUEBEC, CANADA	
5.1 Antecedentes de la empresa	111
5.2 Proceso de producción de aguacate tipo hass	116
5.3 Objetivos y metas del plan de negocios	118
5.4 Decisión de exportar	119
5.5 Gestión de mercado	123
5.6 Contrato internacional	126
5.7 Documentos y trámites	133
5.8 Comunicación y promoción	137
5.9 Resultados esperados	138
5.9.1 Incremento de mercado	138
5.9.2 Crecimiento de la empresa	139
5.9.3 Resultados financieros	140
a) Planeación financiera	
b) Estados financieros	
c) Análisis financiero	
5.9.4 Evaluación del proyecto	146
ANEXOS	148
CONCLUSION	
BIBLIOGRAFIA	

I N T R O D U C C I O N

Se puede definir que el comercio exterior en América tiene sus inicios desde el momento en el que tiene un choque cultural con Europa, ya que comienza una serie de intercambios en el ámbito de las costumbres, tradiciones, ideologías, productos, etc. Pero es específicamente en las últimas décadas del siglo XX, cuando las innovaciones tecnológicas han convertido al comercio exterior en una tendencia que modifica, el modo de vida de funcionarios, empresarios, amas de casa, estudiantes, etcétera, no sólo de América, sino más allá de sus fronteras.

El desarrollo económico mundial se ha caracterizado en los últimos años por su gran dinamismo y la cada vez más estrecha vinculación de los procesos productivos y comerciales que trascienden las fronteras nacionales. Esta vinculación ha tenido favorables y desfavorables consecuencias para México, mas sin embargo, es en el sector agrícola donde México tiene y tendrá una participación cada vez más alentadora para su incursión en el mercado internacional. Lo anterior obliga al interesado que desea en participar en este mercado, tener información básica que a su vez sea, clara, objetiva y sintetizada de todos los aspectos que se deben de tomar en cuenta al pensar en la internacionalización de un producto o servicio.

Este trabajo es la síntesis de un acopio de información, basado en una investigación bibliográfica, dentro de la cual en el primer capítulo se da a conocer una breve introducción de conceptos básicos y políticas de comercio exterior que han imperado en México desde 1940 hasta el día de hoy, mostrando también la participación de México en esta apertura comercial. Así mismo un breve resumen de los conceptos que integran la Balanza Comercial que representa la participación del país en el comercio exterior.

En el segundo capítulo sin profundizar tanto en los aspectos jurídico y fiscal, pero sin restarle su importancia debida, se dan a conocer las principales disposiciones normativas que existen en México, y que lo regulan ante otros países. También se podrá vislumbrar los principales tratados comerciales que han venido desempeñando una tarea importante en el comercio exterior de México.

En el tercer capítulo se da a conocer el procedimiento administrativo que lleva consigo la exportación, los programas e instituciones que apoyan a las personas o entidades económicas relacionadas con esta actividad. Se desarrolla también un breve resumen de los términos internacionales de comercio, los cuales facilitan las transacciones comerciales y que su utilización es básica en los contratos de compra y venta internacional.

En el cuarto capítulo se presenta el contenido esencial de un análisis estratégico de una empresa con perfil exportadora, y la síntesis de un manual de exportación básico, que contiene los aspectos más importantes a considerar por la organización antes de encaminarse a dicha actividad.

Finalmente basados en el capítulo anterior, se desarrolla en el capítulo quinto el Plan de negocios de exportación de aguacate mexicano a Québec Canadá, que la empresa Rancho San José Tenango S.A. de C.V., aplicará para la producción y venta de aguacate tipo hass, durante el 2006.

CAPITULO 1

CONTEXTO DEL COMERCIO EXTERIOR

El comercio exterior se da por el avance rápido que hay entre diferentes países en desarrollo y gran solvencia, ya que son negociaciones comerciales que realizan los países entre ellos, por lo tanto se deduce que el comercio exterior ha sido el inicio de una gran avalancha de cambios y transformaciones que están haciendo al mundo cada vez más pequeño.¹

Los principales cambios que se pueden percibir como consecuencia de esta apertura comercial son el aspecto tecnológico, económico y político.

Mediante la tecnología de la información como el Internet, las barreras y la distancia entre los pueblos y los individuos han desaparecido, y hoy en día todos tienen que sumarse a la dinámica de la revolución tecnológica sino se quiere correr el riesgo de ser sobrepasado por ella. La administración pública, la educación, los negocios, e incluso el entretenimiento y el arte, están siendo adaptados al cambio tecnológico como forma de asegurarse un futuro. La opción es ser competitivo y receptivo de las nuevas tecnologías o simplemente permanecer obsoleto. Los medios de información por ejemplo, han desarrollado tal poder en la sociedad trastocando tantos intereses gracias a que este proceso les ha permitido una rápida propagación de datos como de hechos políticos, económicos y sociales que se conocen en todo el mundo en un abrir y cerrar de ojos.

¹ W. EATON, David. México y la globalización hacia un nuevo amanecer, Editorial Trillas, México 2001, Pág. 250.

En segundo término, en el plano económico y político, se ha experimentado una tendencia a esta apertura comercial e interdependencia entre los países, que para muchos ha vuelto difícil alcanzar el bienestar económico. Diversas naciones llevan acabo reformas en sus economías que van desde la privatización de empresas estatales hasta la integración económica a través de acuerdo de libre comercio y de la formación de mercados comunes, como en el caso de América del Norte y Europa Occidental en línea con estas tendencias.

1.1 Políticas de comercio exterior

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 definir como se desea conducir a la economía de un país, para lo cual se crean diversas medidas en materia comercial, monetaria, financiera y fiscal en los distintos sectores que la conforman.²

Utilizando un término mas técnico, por política comercial externa, se entiende como: *“El conjunto de medidas de carácter fiscal y administrativo, tendientes a controlar, regular y verificar los movimientos de entrada y salida de mercancías y servicios, por lo tanto viene a ser un conjunto de leyes, reglamentos, apoyos, permisos o prohibiciones a que deben ajustarse los artículos de comercio exterior. Desde el punto de vista fiscal es el monto de los impuestos que se aplican a la entrada o salida de mercancías, y a los cuales se les denominará aranceles”*.³

Los objetivos de la política comercial externa, pueden ser de dos tipos: proteccionista, si tiene como propósito establecer en forma amplia controles y trabas cuantitativas o cualitativas a las importaciones, o librecambista, si su objetivo es abrirse a la competencia exterior eliminando todo tipo de trabas a las importaciones.

² FLORES Paredes, Joaquín. El contexto del comercio exterior en México, UNAM FESC, pág. 69.

³ ORTIZ Wadgymer, Arturo. Manual de comercio exterior en México, Editorial Nuestro Tiempo, México, pág. 119.

<u>PROTECCIONISTA</u>	<u>LIBRECAMBISTA</u>
Inspirada en los conceptos de la vieja escuela mercantilista de los siglos XIV y XVII	Inspirada en las posturas teóricas de la Escuela Liberal del siglo XVIII, a través de Adam Smith y David Ricardo.
La acumulación de oro y plata es igual a la riqueza de la nación.	Economía abierta a las mercancías provenientes del exterior.
Balanza comercial siempre favorable.	Nula intervención del Estado.
Amplia intervención estatal, y un Estado poderoso	Riqueza de las naciones no es la posesión de metales preciosos, sino la producción y el trabajo.
Economía cerrada, con varias trabas a las mercancías externas.	Libertad económica en todas las órdenes.

Fuente: Información tomada de ORTIZ Wadgymar, Arturo. Manual de comercio exterior en México, Editorial Nuestro tiempo, México, pág. 120

En términos generales las metas de la política de comercio exterior en México en el siglo XX, han registrado dos fases fundamentales: la primera se refiere al periodo 1940-82 en la que los enfoques eran de carácter eminentemente proteccionista, y la de 1983 a la fecha, caracterizada por un tránsito hacia el librecambismo, a través de la instrumentación de una política de apertura al exterior.

En este primer periodo se tiene en común un entorno mundial que favorece el resurgimiento de políticas proteccionistas que tiene 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. Aquí los principales proveedores de productos manufacturados tenían distraído su aparato productivo en la industria bélica, razón por la cuál les era imposible atender la demanda mundial de estos productos, generando a su vez, seria escasez de artículos manufacturados en todo el mundo. Esto propició el inicio de operaciones industriales en México. Dicho proceso se vio apoyado por la reciente expropiación petrolera y la creación de diversos organismos vinculados con la infraestructura económica y administrativa, que con la nueva Ley Orgánica de la Administración Pública, le daban al país la nueva fisonomía que fue propicia para el desarrollo industrial.

Los inversionistas europeos y norteamericanos fueron atraídos por un país con estabilidad política, abundantes recursos naturales y mano de obra barata. Así se inicia exitosamente el largo periodo de sustitución de importación, que se complementan 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, preferencia y exenciones fiscales temporales. Ello se manifestó a través de la creación de empresas estatales de grandes dimensiones como Altos Hornos de México, que tendía a contribuir al programa de sustitución de importaciones apoyando a las empresas Fundidora de Fierro y Acero de Monterrey. Dentro de este contexto la labor realizada por PEMEX, Nacional Financiera y el Banco Nacional de Comercio Exterior, vendrían a ser elementos de enlace de dicha política de industrialización y sustitución de importaciones. Este proceso de sustitución de importaciones fue avanzando poco a poco dentro de sus diferentes etapas, las cuales son:

Primera._ Sustitución de importaciones de productos de bienes intermedios, en la que su característica esencial, es abocarse al desarrollo de la industria ligera, principalmente productora de artículos alimenticios elaborados, textiles y otros artículos de consumo final.

Segunda._ Sustitución de importaciones de bienes intermedios, significa el proceso de ensamble de partes, materias primas y auxiliares, o artículos semifabricados indispensables para la producción de un artículo de consumo final.

Tercera._ Sustitución de importaciones de bienes de capital, que consiste en fabricar maquinaria, equipo e implementación de alta precisión y tecnologías sofisticadas que como su nombre lo implica es producir maquinaria para hacer a su vez maquinaria. México puede decirse que ha llegado a la segunda etapa de sustitución de importaciones, pero falta llegar a la producción de maquinaria de alta especialización y elevada absorción de tecnología.

Otra de las facetas de nuestra política comercial estrechamente ligada a la sustitución de importaciones, es precisamente la de proteger nuestra supuestamente industria incipiente, que carece de posibilidades de competir con el exterior, por lo que permitir la importación de artículos

que ya se producen en México, sólo traería una competencia desleal a la industria nacional que se le ha dado el nombre de infantil.⁴

Esta política proteccionista, se vigorizó aun más por la década de los cincuenta, cuando se empezaron a poner trabas arancelarias diversas e incluso prohibiciones específicas para la importación de artículos que se suponía que no eran necesarios importar, debido a que en el país se producían en condiciones similares a las de importación. Respecto a este proteccionismo industrial se ha criticado en el sentido de que se nos obliga a aceptar productos caros y de baja calidad, debido a que los industriales mexicanos tienen un mercado cautivo, por medio de la cual los productores, tiene aseguradas sus ventas sea cual se la calidad y el precio, razón por la cual no se han preocupado por mejorarlas, lo que a su vez ha propiciado el contrabando, se dice que incluso es la causa esencial que impide tener competitividad exportable a las empresas nacionales debido a este mercado cautivo, tampoco de han preocupado por expandir sus operaciones a nivel internacional para el mercado externo.

La verdadera causa del estancamiento industrial de México, es precisamente la competencia desleal, que ejercen los monopolios internacionales que han establecido alguna sucursal en México y que impiden a la pequeños industriales mexicanos pasar de ciertos límites y convertirse en competidores importantes.⁵

Debido al persistente déficit en la balanza en cuenta corriente, el gobierno mexicano se preocupó a lo largo de los años cincuenta a los setenta en implementar diversas políticas comerciales a favor de las exportaciones mexicanas, para lo cual se crearon una serie de instrumentos tanto fiscales como administrativos y de fomento, los cuales se integran en su conjunto parte de la política comercial de México. Entre éstas destaca:

Sistema de Permisos Previos (1956); En 1948 la Secretaría de Economía es facultada para promover diversos controles a la importación y la exportación que estaban dispersos en varias secretarías, con el objeto de proteger a la industria nacional y frenar la creciente oleada de importaciones derivadas de la retención de Estados

⁴ *Ibíd.*, Pág. 125.

⁵ *Ibíd.*, pág. 126.

Unidos del mercado de bienes de consumo mexicano y latinoamericano; cuestión que presionada seriamente a la balanza de pagos mexicana, a la cual también se pretendía proteger. Así aparece el decreto que crea el sistema de lo *Premios previos a las importaciones* el cual fue poco a poco absorbiendo diversas fracciones arancelarias de la Tarifa del Impuesto General de Importación del 44.3% en 1956, al elevarse diez años más tarde al 63% y al 100% en junio de 1975.⁶

Subsidio triple (1961); Por acuerdo presidencial del 13 de septiembre de 1961, se señaló a conveniencia ampliar los incentivos fiscales que tienen por objeto el beneficiar a los exportadores de manufacturas en aquellos impuestos que afectan a sus resultados, creándose los incentivos fiscales conocidos como el “Subsidio Triple”.

Regla 14 de la Tarifa de Importación; La Regla 14 de la Tarifa de Impuestos General de Importación, otorga con objeto de fomentar al desarrollo industrial del país, la ventaja por una parte de clasificar arancelariamente como unidades completas a las máquinas o aparatos que para facilitar su transporte o instalación o por condiciones de la propia fabricación, se importen desarmados en más de una remesa, lo que resulta un ahorro de impuestos ya que normalmente las partes sueltas de máquinas cubren más impuestos de importación que las máquinas completas y por otra parte, el subsidio hasta por el 50% del impuesto de importación, de las máquinas o equipo que se destinen directamente a las instalación, ampliación o modernización de plantas industriales. Las dos ventajas descritas pueden disfrutarse al mismo tiempo.

Importaciones Temporales; Como su nombre lo indica implican permisos de carácter temporal para importar o exportar algún tipo de mercancías necesarias para el funcionamiento de la industria nacional, pero que deben de estar limitadas y controladas a fin de que estas no se incrementen más allá de ciertas tendencias programadas, que desalienten la producción nacional.

Régimen de Devolución de Impuestos (CEDIS, 1977-1983); Los Certificados de Devolución de Impuestos, surgieron en 1971 como una respuesta a la necesidad de impulsar las exportaciones mediante un

⁶ Datos de Antonio Gazol, Hacia una nueva política de controles al comercio exterior, Documento, México, 1977.

régimen fiscal que permitiera la devolución de impuestos indirectos y en general de importación. Hasta 1976 para tener derecho a CEDIS, se requería entre otras cosas exportar manufacturas con un contenido nacional hasta de un 40%, haciendo extensivo a las empresas exportadoras con lo que el beneficio neto ascendía de un 11 y 15%, del valor del producto nacional, aplicado a exportación de manufacturas, ventas fronterizas, sustitución de importaciones y exportación de tecnología y servicios al exterior.

El periodo mas exitoso de la política proteccionista ya mostraba signos de agotamiento a finales de la década de los 60, lo cual se evidencia con la reducción del ritmo de crecimiento de la economía en la segunda mitad de la década. 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.

El origen de la apertura al exterior se encuentra en la Carta de Intención suscrita con el FMI el 10 de noviembre de 1982 con el propósito de llevar a cabo una revisión de los sistemas de protección arancelaria.

Uno de los hechos más importantes para México, producto de la adopción de una política neoliberal, fue su ingreso en agosto de 1986 al GATT. Dicho organismo internacional se formo en Ginebra, Suiza, en 1947 y entro en funciones el 1 de enero de 1948, entre sus principales lineamientos podemos mencionar los siguientes: la no discriminación en el comercio y la exclusión de la cláusula de la nación más favorecida a las partes contratantes, protección a la producción nacional exclusivamente arancelaria para fomentar la competencia internacional, la concesión o servicio que cualquier país miembro obtenga dentro del acuerdo deberá ser compensado por el país beneficiario, así como el establecimiento de acuerdos o foros de consulta para acordar la reducción o eliminación de aranceles y otras barreras que limiten el libre comercio entre los países miembros del GATT. México desde la institución del GATT rechazó participar en tal organismo debido a que las decisiones eran tomadas predominantemente por las potencias comerciales, pero en virtud de la imposición de cuotas compensatorias a una gran cantidad de productos mexicanos y a raíz de la firma de la Carta de Intención con el FMI, nuestro país inicia el proceso de apertura al exterior a partir de 1983, el cual, hacia 1988 se fue consolidando

completamente al ser un 96% de la tarifa de importación liberado de permisos previos con aranceles que van del 10% al 20% como máximo. Para lograr lo anterior, la apertura al exterior se instrumentó bajo los siguientes documentos:

- a) Programa Nacional de Fomento Industrial y Comercio Exterior (PRONAFICE); Creado en 1984 y contempla la sustitución de permisos previos por aranceles, los subsidios solo a las importaciones y la cancelación de CEDIS a las exportaciones.
- b) Programa de Fomento Integral de las Exportaciones Mexicanas (PROFIEEX); Dado a conocer en abril de 1985 que considera organizar la oferta exportable, diversificar el mercado, brindar apoyos institucionales y financieros para fomentar la producción y ampliar la información y asesoría al exportador. En 1986 se adicionó el fomento a la formación de empresas de comercio exterior, ampliación de los apoyos financieros del Banco Nacional de Comercio Exterior, apoyo a exportadores directo e indirectos.
- c) El Memorandum de Entendimiento Comercial México – EUA; Publicado el 15 de mayo de 1985 en el Diario Oficial de la Federación, se acuerda una serie de normas a las que deben ajustarse los sistemas de exportación mexicanos con la finalidad de no lastimar la economía de los Estados Unidos de América, como es la eliminación de subsidios a las exportaciones.

1.2 Participación de México dentro del comercio exterior (Globalización)

Para iniciar los cambios que requiere el país hacia la estructura comercial, fue irremediable abrir sus fronteras para obligar a la industria local competir con el exterior bajo una nueva política comercial basada en un modelo neoliberal el cual contempla los siguientes lineamientos.

- a) La teoría neoliberal promueve los derechos individuales que, a su vez, son los agentes que dinamizan y generan el crecimiento de mercados.
- b) Promueve la libertad que permite a los individuos ser los principales agentes de la actividad económica y tener igualdad de

oportunidades en relación con otros individuos y en circunstancias similares para competir dentro de los mercados laborales.

- c) El neoliberalismo, como el librecambismo clásico, pugna por la limitación de funciones de gobierno.
- d) Para la doctrina neoliberal, en toda sociedad los individuos participan en la toma de decisiones, con lo que se garantiza el respeto a la libertad política.
- e) En los mercados los individuos pueden intercambiar con completa libertad y a través del libre juego de la oferta y la demanda los bienes y servicios que producen.

Es aquí donde la globalización, que como se sabe no es un fenómeno temporal, viene a lograr la proliferación del libre comercio, permitiendo a mas personas convertir sus aspiraciones en logros.

“Podemos entender por globalización a la posibilidad real de producir, vender, comprar e invertir en aquel o aquellos lugares del mundo, donde resulte mas conveniente hacerlo, independientemente de la región o país donde se localicen.”⁷

La globalización en tiempos anteriores no tuvo éxito porque no contaba con la tecnología de punta con la que en esta época se cuenta y esto le hacia tener menos avances en el mercado. La globalización de la economía no solo debe significar la explotación global de los mercados sino que debe proteger el aspecto humano de los países, ya que hoy en día todavía existe gente padeciendo hambre, siendo que en su propio país se puede contar con medios de producción que se podría aprovechar. México no esta lejos de esta consecuencia de la globalización, por ello es necesario analizar su desarrollo dentro de esta, conociendo las tendencias que lo hacen partícipe, para que se aprovechen de la mejor manera.

Los críticos han logrado detectar varias tendencias, pero solo se presentan siete, las cuales David W. Eaton, considera que son las más importantes para México.⁸

⁷ LERMA Kirchner, Alejandro. Comercio Internacional, tercera edición, Editorial ECAFSA, México, 2000, Pág. 26.

⁸ ORTIZ Wadgymer, Arturo. Op. Cit., pág. 22.

I._ Competencia global. En el mundo en donde la atención esta centrada en los valores económicos y la individualidad, el futuro de las personas como de las naciones consiste en contar con todos los conocimientos recientes en los ámbitos que permitan sobresalir. Esta es la manera en que el mundo nos exige actuar y casi no hay tiempo para meditarlo porqué, en un entorno mas competido, los fuertes sobreviven y se desarrollan, y los débiles quiebran. En otras palabras la globalización premia a los más preparados con más oportunidades, mientras relega los no preparados o incompetentes a trabajos mal pagados. Este lo vemos aun más reflejado en la educación, quienes tengan, conocimiento y uso de tecnología avanzada y en idiomas extranjeros, entre otras muchas capacidades, tendrán altas posibilidades de estar insertados en este sistema internacional y de ser competitivos, además de poder tener un buen empleo y un nivel de vida digno. Esto ha ocasionado un desarrollo inequitativo y un incremento en la brecha entre ricos y pobres. Se vive en un mundo cada vez más competitivo, donde unos pocos, como Bill Gates y Carlos Slim, se benefician desproporcionadamente del sistema, y donde muchos como los zapatistas, los barzonistas y el pequeño comerciante son manejados por el sistema mundial y tratan de sobrevivir.

II._ Apertura e interdependencia económica. El libre comercio y la apertura económica son pilares fundamentales de la globalización. Sabemos que México es líder en el área de libre comercio, pues cuenta con más tratados de libre comercio que cualquier país; sin embargo, todavía queda mucho por hacer en el área de desregularización. En la actualidad únicamente existe un mercado global, y la única manera que crecer al ritmo que los mexicanos desean es ingresando con entusiasmo al mercado global, buscando empresas multinacionales que inviertan en el país, y vendiendo en el sistema global lo que la extraordinaria industria mexicana produce.

Generalmente la apertura económica, junto con otros principios, es exigida a los países en vías de desarrollo, por parte de los grandes organismos de financiamientos internacionales, tales como el Fondo Monetario Internacional, el Banco Mundial y el Banco Interamericano de Desarrollo, entre otros, para mantener un relación sana que facilite la reestructuración de la deuda. Las políticas de estos organismos internacionales obligan a que muchos países implanten reformas estructurales en su economía. Varios países, como Corea del Sur,

Malasia y México han tomado medidas para complacer a dichos organismos, como controlar el gasto público, abrir la economía a la competencia internacional y la privatización de sus empresas paratestales.

Se puede decir que los fenómenos económicos internacionales, como las devaluaciones, las crisis y los flujos de inversiones, tienen repercusiones en otras naciones del mundo, incluso a miles de kilómetros de distancia. Una suspensión de pagos en un estado brasileño, un cambio presidencia en México, han ocasionado verdaderas crisis económicas. La interdependencia económica es una más de las tendencias de la globalización e inevitablemente ha ido asentándose en la economía nacional de la gran mayoría de los países involucrados en el proceso. Y México no es la excepción. En un periodo relativamente corto ha avanzado al grado de que no podemos concebir una economía mexicana cerrada al resto del mundo. Este hecho ha estado convirtiendo, poco a poco, a las economías nacionales en materia de interés para el resto del mundo, sin que las sociedades puedan hacer algo al respecto, salvo decidir la rapidez y la forma en que participan. Como ejemplo claro es que nunca antes en la historia de México tantas empresas se han lanzado a conquistar tantos mercados internacionales. El comercio exterior representa casi tres de cada cinco pesos del producto interno bruto de México, una relación mayor a la de cualquier otro país de América Latina.

III._ Avances en la tecnología de telecomunicaciones, sin precedente. Durante la última década, el mundo ha experimentado un cambio drástico, y llama la atención no solamente los espectaculares avances que se han dado en este campo, sino también la velocidad con la que se han suscitando. Estos cambios están modificando al mundo, y México necesita seguir esforzándose para colocarse sobre la cresta de la ola. Existen varios avances significativos, pero en el rubro en donde México ha tenido una participación importante es en telecomunicaciones y televisión vía satélite.

Desde 1985, México entro en la era de la comunicación satelital con la puesta en marcha del Morelos I. Hasta la fecha, sean puesto en órbita seis aparatos al servicio del país, aunque en este momento funcionan solamente tres. Recientemente a consecuencia de una falla en su procesador, el satélite Solidaridad I repentinamente dejo de prestar sus

servicios el 28 de agosto de 2000. De acuerdo con versiones de Satmex, se estimaron pérdidas financieras por un monto de 20 millones de dólares para la compañía. Además de la industria y el comercio, se vieron afectados otros sectores del país como la educación a distancia (las telesecundarias) y los considerados como estratégicos (sistemas de seguridad nacional, banca, telecomunicaciones), entre otros.

En si la importancia de estos sistemas satelitales no radica en que si un país cuenta o no con aparatos propios, lo importante es iniciar el desarrollo de los mismos con el objeto de reducir la dependencia tecnológica que mantiene México en este rubro. Aunque los satélites diseñados por la Universidad Nacional Autónoma de México no lograron ponerse en marcha, sin duda pueden servir como ejemplos para apoyar este tipo de proyectos que impulse al desarrollo tecnológico del país.

IV._ La globalización de la información. Una de las ventajas de pertenecer al mundo global es conocer los principales acontecimientos y características de los demás países en tiempo real, y saber que también los demás conocen nuestro acontecer; por ello, la globalización de la información es una actividad característica y fundamental del mundo cambiante en el que vivimos.

Esta transformación se llegó a conocer como la revolución informática, debido a esto, la información ha dejado de ser el resultado de un solo emisor o de un pequeño grupo, este ha dejado de ser el resultado que nadie es dueño de la información. El internet es el mejor ejemplo de esto en México, ya que ha sido usado por actores como el Ejército Zapatista de Liberación Nacional, el cual tiene su propia página electrónica y la utiliza para difundir en el ámbito internacional sus demandas y logros.

La Asociación Mexicana de Estándares para el Comercio Exterior, informó que las ventas electrónicas en México excedieron los 100 millones de dólares en el 2000, mientras que en 1999 se registraron 40 millones y el 1998 sólo 10 millones. Unas 15 mil empresas mexicanas tienen sitios Web y unas 5 mil usan el comercio electrónico para vender sus productos o servicios.

V._ Globalización de las finanzas y de inversión. Hoy en día hay más capital que nunca antes para financiar el desarrollo de países como México. Todo inversionista busca básicamente dos cosas: lograr el

mayor retorno posible de su inversión y reducir al mínimo su riesgo y su costo, es decir, mayor retorno con menor riesgo. Y existen dos principales tipos de inversión: directa e indirecta. Una tendencia de la globalización es, sin duda alguna, la internacionalización de la inversión, tanto de la inversión extranjera directa (IED) como de la inversión extranjera de portafolio (IEP).

La gran ventaja de la IED es que representa un beneficio directo en términos de empleo, transferencia de tecnología e infraestructura para el país receptor, y es generalmente bien recibida tanto por el gobierno como por los habitantes de la localidad. Es cierto que este tipo de inversión difícilmente puede fugarse del país con rapidez, lo que permite una mayor estabilidad; sin embargo, esto no quiere decir que la IED una vez instalado tenga posibilidad de retirarse. Para México es indispensable contar con cantidades importantes de IED para poder generar empleos y divisas; sin embargo, también se necesita ser más selectivo en cuanto al tipo de IED que se desea atraer.

Por su parte la IEP funciona de una manera distinta. Con la eliminación paulatina de los controles sobre el capital en la década de los setenta, aunado a la democratización de las finanzas, la tecnología y la informática, surgió una extensa llanura global donde grupos de inversionista de diferentes países puedan rondar libremente. Como nunca antes, se ha creado una importante masa de recursos financieros disponibles para ser invertidos por diversos inversionistas institucionales, recursos generados, por ejemplo la proliferación de los seguros y pensiones. En el presente hay más dinero para IEP, lo cual es benéfico para los países en vías de desarrollo ya que se puede atraer recursos a su país para: financiar el gasto público por medio de la venta de deuda gubernamental, por ejemplo México vende Cetes, y también sirve para fondar empresas mediante la venta de sus acciones en la bolsa.

Hoy en día un país como México necesita tanto de IED como de IEP para ser competitivo. La clave es tener una mezcla sana de los dos tipos de inversión. En 1994 México dependía casi totalmente de la IEP y la experiencia que tuvo no fue nada agradable. Actualmente el país cuenta con mayor IED y lo mejor que puede hacer es continuar esta tendencia.

VI._ La proliferación de la democracia. La democracia es una característica que se ha vuelto indispensable para entrar como país en el

juego de la globalización. Como cualquier revolución, la globalización comprende un cambio en el poder de un grupo hacia otro. En México, la democratización comprende un cambio en el país, en donde el poder el Estado junto con la burocracia se traslade al sector privado y la ciudadanía en general. Para muchas naciones la democracia era tan solo una etiqueta que encubría dictaduras, Estados totalitarios, juntas militares o simplemente gobiernos corruptos y poco representativos.

Lo que resulta claro es que cada vez más son las naciones que se han involucrado en una oleada democrática y que han llevado una reforma estructural profunda en los ámbitos sociales, económicos, culturales y, por supuesto, políticos. México no es la excepción.

No se sabe con exactitud si es precisamente por la globalización económica que se ha desarrollado la democracia de esta manera, pero lo que resulta indudable, es que estos son procesos que se han sucedido de manera conjunta y paralela, y que en la actualidad son interdependientes. En este punto de dualidad en la transferencia de poderes de la globalización, en donde por una parte el poder se transfiere a instancias internacionales y distantes, y por otra, y al mismo tiempo, se fortalecen los gobiernos locales por medio de su ciudadanía, se puede citar a México como ejemplo, ya que esta sujeto a las influencias internacionales del FMI o de los EAU , y al mismo tiempo sus ciudadanos alzan la voz en reclamo de un mayor control en lo referente a las decisiones importantes del país.

VII._ Surgimiento del rechazo. Como se dijo anteriormente no todos resultan ganadores en este proceso de globalización. Solo los mas preparados podrán aprovecha las ventajas y beneficios que esta ofrece; sin embargo, aquellos actores que no tengan las herramientas o sean incapaces de adquirir la habilidades necesarias para responder a las demandas de la globalización, se convertirán en grandes perdedores. Estos grandes perdedores son de muy diversa índole, naturaleza y proporciones, así desde un trabajador analfabeta, hasta los sindicatos de las naciones desarrolladas se ven afectados por esta corriente. Ejemplo de reacciones antagónicas a consecuencia de esto, en México abunda e incluyen el surgimiento del Barzón después de las crisis y los plantones realizados por el sindicato de maestros en México durante 1999 a favor de un aumento salarial que fuera competitivo internacionalmente.

Los países deben desarrollar filtros culturales lo suficientemente fuertes como para poder interactuar con el sistema global del rebaño electrónico sin ser abrumados por él. Es indispensable que México desarrolle filtros múltiples para evitar que sus culturas sean borradas por el estira y afloja uniformador del capitalismo global. La cultura mexicana tiene los cimientos necesarios para sobrevivir a las influencias del exterior, especialmente cuando su identidad se encuentra en entredicho; mas aún, México es una de los países exportadores de su cultura.

Las reformas estructurales son necesarias en un país, aun y cuando en el periodo de transición gran parte de su población sufra sus efectos o trastornos; sobre todo la gente que depende de la vieja estructura es a la que cualquier reforma le generaría efectos negativos en el corto plazo. Varios países, todavía operan bajo viejas estructuras en sus economías como México, Corea del Sur, Indonesia y mas recientemente Ecuador, han desembocado en crisis que los ha llevado a solicitar apoyo al FMI, el cual exige reformas estructurales en las economías que ocasionan mucho sufrimiento en el corto plazo, razón por la cual la población culpa del malestar al FMI y a la globalización.

México ha entrado al siglo XXI en el cual debe de definir una política de comercio exterior que permita que la propia globalización brinde oportunidades a las pequeñas y medianas empresas (PyMES), para que se integren al proceso exportador y poder con ellos concretar los resultados de los diferentes tratados comerciales con que cuenta el país. A su vez esto se vera reflejado en el mejoramiento del nivel de vida de los mexicanos, así pues, nuestra balanza de pagos mostrará de manera amplia una economía sana.

1.3 Balanza de pagos

El sector externo de la economía de cualquier país se deriva de sus relaciones comerciales y financieras con el resto del mundo, tiene repercusiones directas en el PIB, en tanto que parte de lo que se produce los consume el resto del mundo y parte de lo que consume en el país se produce fuera de el. El documento fundamental para analizar este sector es la balanza de pagos. En esta misma quedan registrados los efectos del conjunto de medidas de carácter fiscal y administrativo que el gobierno de cada país instrumenta para regular, controlar y

verificar el intercambio de bienes y servicios con el exterior, a lo que se le conoce como política comercial.⁹

“La balanza de pagos de cualquier país puede definirse como el registro sistemático de las transacciones comerciales realizadas entre los países residentes frente al resto del mundo, por un periodo determinado, normalmente en un año.”¹⁰

Por ello será el documento financiero que nos muestre los resultados favorables o desfavorables, positivos o negativos de nuestras transacciones con el exterior. El análisis e interpretación de los datos de la balanza de pagos, servirán de norma específica para estructurar toda una serie de lineamientos en materia de política económica respecto del exterior, que puede ir desde el establecimientos de una estrategia comercial proteccionista o librecambista, a través de la instrumentación de mecanismos fiscales externos como aranceles, cuotas y otro tipo de controles, hasta la determinación de una política monetaria y crediticia congruente con la situación financiera internacional.

El saldo positivo o negativo de la balanza de pagos, viene a representar ingresos o egresos que engrosan o reducen el Producto Interno Bruto. Es claro que a medida de que un país sea mas dependiente en cuanto a la integración de su PIB del comercio exterior, en esa medida serás mas significativo e impactante el resultado de la cuenta externa sobre el resto de la economía. La balanza de pagos podrá presentar tres estados principales:

Superávit Ingresos > Egresos
Déficit Ingresos < Egresos
Equilibrio Ingresos = Egresos ¹¹

Un país puede aceptar que su situación sea deficitaria, siempre y cuando recurra a un conjunto de mecanismos correctivos o compensatorios para equilibrar su balanza de pagos, dentro de los que, tanto las devaluaciones, como el endeudamiento externo, el uso de las reservas o el incremento de las exportaciones de mercancías y servicios,

⁹ FLORES Paredes, Joaquín, Op. Cit., pág. 59.

¹⁰ ORTIZ Wadgymar, Arturo. Op. Cit., pág. 42.

¹¹ *Ibíd.*, pág. 44.

constituyen elementos enfocados a generar un equilibrio contable y por ende teórico, aunque no un equilibrio real.

La estructura de la Balanza de Pagos esta conformada por cuatro cuentas principales: La Cuenta Corriente, Cuenta de Capital, Errores y Omisiones y Variación de la Reserva Internacional.

CUENTA CORRIENTE. Podemos partir de que en la Cuenta Corriente se registran los ingresos y egresos de dólares por concepto de exportaciones e importaciones de mercancías y servicios. El concepto de mercancías evidentemente se vincula a bienes tangibles, mientras que el concepto servicios a los intangibles que estos a su vez aparecen desglosados en servicios factoriales y no factoriales. Los servicios factoriales se refieren a las remuneraciones a los factores de la producción, como por ejemplo, pago de intereses de la deuda y remisión de utilidades de empresas extranjeras principalmente; y los servicios no factoriales hace referencia al turismo y transporte por mencionar algunos y que suelen ser los más significativos. También tenemos un cuarto rubro como transferencia, 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.

Tomando en cuenta solamente la exportación e importación de mercancías el resultado es la balanza comercial, la cual a su vez puede llegar a ser más particular si incluimos solo datos de un sector o una sola rama.

En este rubro de la balanza se tienen Ingresos y Egresos, los cuales se pueden obtener por:

Ingresos; Este rubro será siempre de signo positivo, puesto que implica venta de productos mexicanos realizados en el exterior, o algún servicio como turismo, braceros, maquilas o por venta de productos realizados en la frontera.

Ingresos en la producción de oro y plata: Este para usos monetarios y no monetarios y se incluyen como ingresos porque tiende a usarse una parte de ella para fines monetarios que enriquecen la reserva del país.

Ingresos por transporte diversos: Significa la captación de divisas por concepto de servicios prestados a otros países, tanto aéreos, como marítimos y terrestres, esto es, pasajes internacionales.

Ingresos por viajeros al interior: Se refiere a los gastos que hicieron en México visitantes del exterior.

Ingresos por transformación: Es lo que recibe el país por transformación de maquiladoras, que es lo que el país gana gracias a la transformación de un producto terminado, el cual es terminado en el exterior, pero que deja en el país valor agregado como salarios, impuestos, compras de insumos, etcétera.

Egresos; Se computa el valor de compra de las mercancías realizadas por nacionales en el exterior, que pueden ser tanto materias primas como productos intermedios, manufacturados o de capital, mismos que a su vez pueden ser esenciales; útiles al desarrollo de nuestra economía o suntuarios e incluso nocivos para el país, su signo siempre será negativo pues implica las salidas de dinero al exterior.

Egresos por viajeros al exterior: Refleja los gastos de los turistas nacionales que van al extranjero y que por consiguiente generan salidas de divisas.

Egresos por transformaciones fronterizas de importación: Se refiere a las compras en el exterior realizadas por mexicanos que residen dentro de las fajas fronterizas, que pueden acogerse a la legislación vigente de “zonas o perímetros libres”, donde circula libremente la compra y venta de artículos extranjeros sin ningún impuesto, control o prohibición por parte del Estado. Estas transacciones se realizan por ejemplo El Paso, Laredo, Texas y otras, muy integradas a las mexicanas como Ciudad Juárez, Laredo, Tijuana, etcétera.

Egresos por seguros: Significa precisamente el importe que un exportador nacional debe pagar al exterior por asegurar su mercancía.

Egresos por oro no monetario: Son compras externas de este metal para fines industriales.

Egresos por transportes diversos: Se refiere a boletos de avión, barco, ferrocarril u otros transportes vinculados con los gastos de la importación o exportación.

Egresos por remesas al exterior por las inversiones extranjeras directas: Constituye la crítica principal que se le ha hecho a las compañías extranjeras establecidas en México, las cuales envían a su país de

origen cuantiosas cantidades de divisas por concepto de utilidades mismas que no reinvierte en México.

Egresos por intereses al sector público: Cuando un país no puede equilibrar su balanza de pagos por ingresos derivados de las exportaciones de mercancías y servicios, se ve en la necesidad de recurrir a préstamos del exterior, sobre los cuales como es natural habrá de aceptarse el respectivo pago de los intereses.

CUENTA DE CAPITAL. Aquí se registran todos los ingresos en dólares, que en este caso significan importaciones de capital y los egresos que representan exportaciones de capital (como se puede ver la connotación de importación y exportación es distinta a la de la cuenta corriente). Los principales motivos por los que ingresan o egresan divisas, son principalmente:

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

Esta cuenta en la balanza de pagos presenta dos secciones que se agrupan en:

- ✓ Pasivos donde se registran con signo positivo los préstamos y la inversión que del extranjero llega al país y con signo negativo los pagos o amortizaciones de préstamos cuyos plazos se han vencido, así como las salidas de inversión extranjera.
- ✓ Activos donde se registran con signo positivo en el capital que esta disponible para México en bancos extranjeros y el pago de préstamos concedidos por el país extranjero cuyo plazo ha vencido y con signo negativo la salida de capital con motivo de pagos por “garantía de deuda externa”.

ERRORES Y OMISIONES. La balanza de pagos siempre debe de estar saldada, o lo que es lo mismo el haber ser siempre igual al debe, razón por la que existe una partida de ajuste en la que se incluyen una serie de renglones invisibles que es muy difícil captar por vías normales y que pueden consistir por una parte de errores numéricos muy normales cuando se trabaja con grandes cantidades, así como muchas entradas o

salidas de capitales por concepto de compras no registradas, las que constituyen omisiones y que son principalmente el contrabando, que significa la entrada ilegal de productos al país sin pagar los derechos e impuestos respectivos, aquí mismo se registrados salidas de capitales no registrados o mejor conocidos como FUGAS DE CAPITAL.

VARIACION DE LA RESERVA INTERNACIONAL DEN EL BANCO DE MEXICO. Esta será el resultado final de toda la cuenta externa, significará la medida en que se acrecentaron o redujeron los niveles de nuestras reservas, que es un barómetro esencial para determinar la manera en que el país hizo frente a sus compromisos con el exterior durante el ejercicio anual. A su vez, los niveles de la reserva serán los mejores avales para sostener la paridad cambiaria del peso mexicano dentro de los mercados de dinero y capitales o de divisas extranjeras.

Es claro que una baja sustancial en el nivel de la reserva monetaria del país, tanto en oro, plata, divisas, significará a su vez un serio deterioro de la situación financiera y económica del país que podrá generar una devaluación monetaria, o que generará un grado importante de desconfianza entre los organismos financieros internacionales que normalmente otorgan financiamiento a México. De este modo, la variación negativa de la reserva monetaria del país, deberá tener un límite cuantitativo abajo del cual puede suscitarse una fuerte crisis económica nacional, con serias repercusiones sobre posniveles de ocupación y consumo de las grandes masas de población.

CAPITULO 2

REGULACION JURIDICA Y FISCAL DEL COMERCIO EXTERIOR EN MEXICO

La evolución del ser humano ha permitido que algunas sociedades se desarrollen en niveles insospechados y sus alcances en muchos aspectos, constituyen verdaderos prodigios, dignos de todo reconocimiento y admiración; pero a la par de estos logros, existen innumerables grupos sociales que no cuentan con los bienes materiales mas indispensables para su subsistencia y, sin embargo, todos estos grupos se vinculan entre si, debido principalmente al intercambio de sus mercancías. Conciliar esta desigualdad tan preocupante es una de los propósitos fundamentales de toda la normatividad relacionada con el comercio internacional, por lo que no nos deben de desalentar los mecanismos que actualmente existen para resolver esta actividad tan compleja, sino que, por el contrario, debe construir un incentivo para que se reflexione madura y serenamente en relación a esos problemas, y se trate de alcanzar instrumentos adecuados, que armonicen en la medida de lo posible los intereses de todos los hombres, a fin de darles a cada uno de ellos lo que jurídicamente y moralmente les corresponde.

Los actos de comercio, cualquiera que sea el alcance y contenido de éstos, requieren de una regulación jurídica, en virtud de que solamente a través de la observancia de los preceptos jurídicos, estos actos puedan tener certeza, confiabilidad, reiteración y permanencia entre las partes y entre las naciones. Es por ellos que los diferentes gobiernos se han preocupado por dotar a los actos de comercio de las normas necesarias para que, por una parte, el comercio exterior de un Estado determinado

se transforme en factor de progreso y desarrollo de sus propios intereses y, por la otra, para que queden garantizados los derechos y las obligaciones de las partes que intervienen en la celebración de dichos tratos, los cuales se llevan a cabo a través de un acuerdo de voluntades regulados por las normas jurídicas.

2.1 Regulación constitucional y validez jurídica

Para estar en la posibilidad de comprender en toda su dimensión la problemática jurídica que entraña la importación y la exportación de mercancías en la República Mexicana, resulta indispensable analizar de una manera armonizada todos los preceptos legales que se encuentran relacionados con esta actividad y que están contenidos fundamentalmente en el Código Fiscal de la Federación, en la Legislación Aduanera y en la Ley de Comercio Exterior, sin perjuicio en tomar consideración también a los tratados de comercio internacional que nuestro país ha celebrado y en los que se han establecido los principios y alcances de diversas figuras legales que cobran especial importancia en esta actividad. Igualmente resulta imprescindible un análisis de los diferentes preceptos constitucionales en la que se señala la manera en que se estructura nuestro gobierno, las atribuciones y facultades de las que se han investido a las autoridades por parte de la sociedad en materia de comercio exterior y las garantías que en esas normas constitucionales se confieren a los particulares, para aplicar de manera congruente a esta rama del derecho.

El régimen jurídico del comercio exterior en México se puede definir como “El conjunto de normas y principios que rigen o regulan directa o indirectamente el intercambio de mercancías, servicios y capitales, entre México y los mercados internacionales, y los métodos para la solución de diferencias resultantes de dicho intercambio”;¹² el artículo 131 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos se erige como la principal fuente interna de donde se desprende la reglamentación en materia de comercio exterior y derecho económico de nuestro país, la cual establece:

¹² TREJO V. Pedro, MORENO C. Jorge, MORENO V. Hada, Comercio Exterior sin Barreras 2004, Edit. ISEF, México 2004, pág. 55.

Artículo 131. Es facultad privativa de la Federación gravar las mercancías que se importen o exporten, o que poseen de tránsito por el territorio nacional, así como reglamentar en todo tiempo y aun prohibir, por motivos de seguridad pública, la circulación en el interior de la República de toda clase de efectos cualquiera que sea su procedencia; pero sin que la misma Federación pueda establecer ni dictar en el Distrito Federal, los impuestos y leyes que expresan las fracciones VI y VII del artículo 117.

El Ejecutivo podrá ser facultado por el Congreso de la Unión para aumentar, disminuir o suprimir las cuotas de las tarifas de exportación e importación, expedidas por el propio Congreso, y para crear otras, así como restringir y para prohibir las importaciones, las exportaciones y el tránsito de productos, artículos y efectos, cuando lo estime urgente, a fin de regular el comercio exterior, la economía del país, la estabilidad de la producción nacional, o de realizar cualquier otro propósito en beneficio del país. El propio Ejecutivo, al enviar al Congreso el presupuesto fiscal de cada año, someterá a su aprobación el uso que hubiese hecho de la facultad concedida.

El primer párrafo del artículo 131 Constitucional señala como materia exclusiva de la Federación gravar el comercio exterior. Este se puede dividir en tres partes:

- a) Es de carácter eminentemente aduanal; se otorga facultad exclusiva a la Federación para gravar la importación, exportación o tránsito de mercancías;
- b) Regula el comercio exterior y prohíbe a la Federación que al actuar como gobierno del distrito federal fije los impuestos alcabalatorios a que se refiere el artículo 117, fracciones VI y VII, de la CPEUM; y
- c) La Federación puede reglamentar y aún prohibir, por motivos de seguridad o de policía, la circulación de mercancías en territorio nacional.

Este es el primer supuesto de excepción en los cuales por disposición expresa del artículo 49 Constitucional, el Presidente de la República puede llevar a cabo la facultad legislativa.

Artículo 49. “El Supremo Poder de la Federación se divide para su ejercicio en Legislativo, Ejecutivo y Judicial. No podrán reunirse dos o mas de estos poderes en una sola persona o corporación o depositarse el Legislativo en un individuo, salvo el caso de facultades extraordinarias al Ejecutivo de la Unión, conforme a lo dispuesto en el segundo párrafo del artículo 29, en ningún otro caso salvo lo dispuesto en el segundo párrafo del artículo 131, se otorgarán facultades extraordinarias para legislar”.

El artículo 29 a que se refiere el párrafo anterior y que por ende es el segundo supuesto de excepción menciona:

“En los casos de invasión, perturbación grave de la paz pública o de cualquier otro que ponga a la sociedad en grave peligro o conflicto, solamente el Presidente de los Estados Unidos Mexicanos, de acuerdo con los titulares de las Secretarías de Estados, los Departamentos Administrativos y la Procuraduría General de la República y con la aprobación del Congreso de la Unión y, en los recesos de este, de la Comisión Permanente, podrá suspender en todo país o lugar determinado las garantías que fuesen obstáculos para hacer frente, rápida y fácilmente a la situación; pero deberá hacerlo por un tiempo limitado, por medio de prevenciones generales y sin que la suspensión se contraiga a determinado individuo. Si la suspensión tuviese lugar hallándose el Congreso reunido, este concederá las autorizaciones que estime necesarias para que el Ejecutivo haga frente a la situación, pero si se verificase en tiempo de receso, se convocará sin demora el Congreso para que acuerde lo conducente.

El Ejecutivo en ningún otro supuesto podrá llevar a cabo la función legislativa ya que por disposición expresa de la Constitución y por la propia estructuración de nuestra forma de gobierno, esa atribución le corresponde de manera original al Poder Legislativo y en cambio al presidente de la República únicamente le tocará ejecutarlas, para lo cual se auxiliará de la Administración Pública Federal, que en términos de lo dispuesto en el artículo 90 Constitucional deberá ser centralizada y paraestatal y de conformidad con la Ley Orgánica correspondiente expedida por el Congreso.

La Ley Orgánica de la Administración Pública Federal establece en sus artículos 2 y 26 o correlativos, que para el ejercicio de sus atribuciones

y para el despacho de los negocio del orden administrativo encomendados por el Poder Ejecutivo de la Unión, la Administración Pública contará con las siguientes dependencias:

- Secretaría de Gobernación
- Secretaria de Relaciones Exteriores
- Secretaría de la Defensa Nacional
- Secretaría de Marina
- Secretaría de Seguridad Pública
- Secretaría de Hacienda y Crédito Público
- Secretaría de Desarrollo Social
- Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales
- Secretaría de Economía
- Secretaría de Energía
- Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación.
- Secretaría de Comunicaciones y Transportes
- Secretaría de Salud
- Secretaría del Trabajo y Previsión Social
- Secretaría de la Reforma Agraria
- Secretaría de Turismo
- Consejería Jurídica del Ejecutivo Federal

En la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal en su artículo 29 establece que la Secretaría de la Defensa Nacional corresponde intervenir en la importación y exportación de toda clase de armas de fuego, municiones, explosivos, agresivos químicos, artificios y material estratégico.

El artículo 31 del Ordenamiento Legal en cita, especifica que a la Secretaría de Hacienda y Crédito Público corresponde cobrar los impuestos, contribuciones de mejoras, derechos, productos y aprovechamientos federales en los términos de las leyes aplicables, vigilar y asegurar el cumplimiento de las disposiciones fiscales; así como dirigir los servicios aduanales y de inspección y la unidad de apoyo para la inspección fiscal y aduanera.

El artículo 32 Bis, determina que a la Secretaría del Medio Ambiente y Recursos Naturales, corresponde imponer las restricciones que establezcan las disposiciones aplicables, sobre la circulación o tránsito

por el territorio nacional de especies de la flora y fauna silvestres procedentes o destinados al extranjero y promover ante la Secretaría de Economía el establecimiento de medidas de regulación o restricción a su importación o exportación, cuando se requiere para su conservación y aprovechamiento.

El artículo 34 previene que corresponde a la Secretaría de Economía, formular y conducir las políticas generales de industria y comercio exterior; así como estudiar, proyectar y determinar los aranceles y fijar los precios oficiales, escuchando la opinión de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, estudiar y determinar las restricciones para los artículos de importación y exportación y participar con la mencionada Secretaría en la fijación de criterios para el establecimiento de los estímulos al comercio exterior.

El artículo 35, menciona que la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación corresponde proponer el establecimiento de políticas en materia de asuntos internacionales y de comercio exterior agropecuarios.

A la Secretaría de Salud le corresponde en términos de lo dispuesto por el artículo 39, de la referida, Ley Orgánica de la Administración Pública Federal, ejecutar el control sobre preparación, posesión, uso, suministro, importación, exportación y distribución de drogas y productos medicinales a excepción de los de uso veterinario que no estén comprendidos en la Convención de Ginebra.

Finalmente el artículo 73, fracciones X y XXIX de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, establece respectivamente las facultades del Congreso de la Unión para legislar en materia de comercio exterior y para establecer contribuciones sobre el comercio exterior.

Se considera conveniente hacer una relación de las leyes federales que constituyen las fuentes básicas internas del comercio exterior, es decir, de los preceptos jurídicos que en alguna forma regulan actos vinculados con el mencionado comercio exterior. Esta relación de ordenamientos legales se efectúa con el propósito fundamental de que se tenga una idea aproximada de la forma en que se encuentra regulada esta

actividad económica, cabe mencionar que sólo se hace un breve resumen de las tres leyes principales:¹³

1. Ley de Comercio Exterior y su reglamento (Publicados en el Diario Oficial de la Federación [DOF] de 27 de julio y 30 de diciembre de 1993, respectivamente). Estos ordenamientos contienen los aspectos fundamentales de esa actividad. Es una ley reglamentaria del artículo 131 Constitucional, y por consecuencia, importante y fundamental. Se crean figuras e instituciones jurídicas referentes a las diferentes formas de regulación y fomento del comercio exterior. Se encuentran manejados en estas disposiciones : el régimen de los permisos previos, cupos de importación y exportación, reglas y marcado de origen, medidas de salvaguarda, todo lo referente a prácticas desleales de comercio internacional y los procedimientos para la solución de controversias que puedan surgir entre las autoridades administrativas y los particulares.
2. Ley Aduanera y su reglamento (DOF de 15 de diciembre de 1995 y 6 de junio de 1996). Estos organismos jurídicos tienen como objetivo fundamental establecer normas jurídicas para regir las importaciones y exportaciones de las mercaderías, en todo el trámite tanto fiscal como administrativo que se haga ante la aduana. En consecuencia, aquí se establecen normas para la regulación de los diferentes tipos de operaciones aduaneras de importación y exportación que pueden realizar las personas; se mencionan los diferentes medios de transporte o conducción de las mercancías, hasta llegar a la aduana. Así, se habla del tránsito marítimo, terrestre, aéreo y postal u otros medios de conducción de mercaderías, como ductos o cables. Las operaciones aduaneras de importación o exportación pueden ser definitivas o temporales, estableciéndose el régimen jurídico a que queda sujeta cada una de éstas. Se regula el pedimento aduanal, que es documento base de la operación aduanera y con el cual se pagan las contribuciones al comercio exterior. Se establece que mercancías están exentas del pago de contribuciones aduaneras. Se establecen las zonas y las regiones fronterizas, solo por mencionar algunas funciones importantes de esta ley.
3. Código Fiscal de la Federación (DOF de 31 de diciembre de 1981). Dentro de este importante ordenamiento jurídico se encuentran

¹³ MARTINEZ Vera, Rogelio, Legislación del comercio exterior, Segunda edición, Edit. Mc Graw Hill, México 2000. Pág. 19.

preceptos relacionados directamente de las contribuciones aduaneras y con los sujetos pasivos y responsables solidarios, con las características y demás elementos de las contribuciones aduaneras, con las visitas domiciliarias entre otros, a los propietarios y poseedores de las mercancías de procedencia extranjera, y sobre todo, con todos los elementos y características de los llamados delitos aduaneros. El capítulo II del Título IV de éste código contiene el tema de los delitos fiscales, y dentro de ellos se regula a los que deben de considerarse propiamente aduaneros, tales como el contrabando y los actos asimilables a él, como es la posesión o tenencia ilegal de mercancías de procedencia extranjera. También se considera como delito aduanero, el consistente en la sustracción ilegal de mercancías materia de comercio exterior, de los recintos fiscales o fiscalizados.

2.2 Obligaciones fiscales en materia de exportación

En virtud que las contribuciones al comercio exterior están directamente relacionadas con el régimen fiscal aplicable a las operaciones de exportación de toda clase de bienes y productos, tradicionalmente se ha considerado que forma parte del llamado Derecho Aduanero, el que, a su vez, puede decirse que es una rama especial y, en ciertos aspectos, verdaderamente especializado del Derecho Fiscal.¹⁴

Por las características propias de una rama especializada, el Derecho Aduanero, posee un lenguaje técnico propio, conforme al cual diversas palabras y conceptos tienen connotaciones jurídicas propias que ameritan una explicación adecuada. Dicho en otras palabras, no es posible interiorizarse en el complejo mundo de las contribuciones al comercio exterior, sin antes entender el significado preciso de los términos que comúnmente se emplean en esta rama del Derecho para regular normativamente las operaciones mercantiles que la misma comprende.

De ahí que sea necesario efectuar una breve referencia y un breve análisis del significado fiscal de los conceptos básicos que comúnmente

¹⁴ ARRIOJA Vizcaíno, Adolfo, Derecho fiscal, 15va Edición, Edit. Themis, México 2000, Pág. 401.

se emplean en el Derecho Aduanero. Para tal efecto, por razones de orden práctico, es necesario basarse en la Ley Aduanera en vigor.

Es de considerarse que al mencionar el tema de obligaciones fiscales en materia de exportación es un tema muy amplio, y por ello, requiere de un estudio muy profundo de la Ley Aduanera, de los diferentes ordenamientos bajo los cuales se rige esta actividad, como lo es la Ley de Comercio Exterior, Ley Federal de Derechos y Código Fiscal de la Federación., siendo que no es el punto central del presente trabajo, solo se hará una mención de manera general de los conceptos básicos y los tipos de regímenes aduaneros bajo los cuales se rige la actividad de exportación en nuestro país.

Mercancías: Todos los productos, artículos y cualesquiera otros bienes que cualquier índole o naturaleza, que sean susceptibles de exportarse al exterior de la República Mexicana, reciben la denominación genérica de mercancías, que van a constituir en objeto sobre el cual recaen todas las operaciones aduaneras. De ahí que invariablemente debe emplearse esta denominación, en vez de utilizar términos de uso común como productos, mercaderías, bienes o efectos, ya que al encontrarse incorporada a la Ley Aduanera, la citada denominación de mercancías, es la única que tiene significado común propio.

Despacho: Es el conjunto de actos y formalidades relativo a la entrada y salida de mercancías, de acuerdo con los diferentes regímenes aduaneros, que deben de realizar en la aduana también llamada de despacho, las autoridades fiscales y los consignatarios o destinatarios en las importaciones y los remitentes en las exportaciones , así como lo agentes o los apoderados aduanales.

Aduana del Despacho: La aduana del despacho es el recinto fiscalizado, es decir, la dependencia de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, autorizada para llevar a cabo todos los actos y formalidades que integran el despacho de las mercancías tanto de importación como de exportación. Desde luego, se trata de una dependencia oficial que forma parte del fisco federal.

Pedimento de exportación: Los pedimentos están constituidos por las forma oficiales aprobadas por la Secretaría de Hacienda y Crédito Público , que debe contener los datos referentes al régimen aduanero

al que se pretende destinar las mercancías en este caso de exportación, así como todos los elementos necesarios para la determinación y pago de las contribuciones al comercio exterior. El Pedimento de Exportación, solo requiere de que se le anexe la factura que exprese el valor de las mercancías, y los documentos que comprueben el cumplimiento de requisitos especiales, en aquellos casos en los que se pretenda exportar mercancías sujetas a permisos especiales, como sucede cuando se pretende extraer de territorio nacional metales preciosos.

Reconocimiento aduanero: El reconocimiento aduanero consiste en la examinación de las mercancías de importación o exportación, así como de sus muestras, para allegarse elementos que ayuden a precisar la veracidad de lo declarado en el pedimento correspondiente, respecto de los siguientes conceptos:

- La unidades de medida, así como en número de piezas, volumen y otros datos que permitan cuantificar la mercancía,
- La descripción, naturaleza, estado, origen y demás características de las mercancías, y
- Los datos que permitan identificar las mercancías.

El reconocimiento es llevado en la aduana del despacho por las autoridades aduaneras.

Entrega de mercancías: Una vez que se ha satisfecho todos los actos y formalidades propias de cada despacho aduanero, y se han pagado las contribuciones al comercio exterior que resulten, la aduana del despacho hará entrega a los interesados o sus representantes, de las mercancías exportadas, a fin de que puedan disponer libremente de las mismas de acuerdo con el régimen al que estuvieren destinadas.

En los que resulten diferencias de contribuciones a cargo del exportador como consecuencia del correspondiente reconocimiento aduanero, para poder efectuar el retiro de las mercancías del recinto de la aduana del despacho, deben garantizarse, a satisfacción de la autoridad aduanera, el pago de la diferencia de las contribuciones que se hayan determinado.

Recinto fiscal: Se define como aquel lugar en donde las autoridades aduaneras realizan indistintamente las funciones de manejo,

almacenaje, custodia, carga y descarga de las mercancías de comercio exterior, su fiscalización y el despacho de las mismas.

Recinto fiscalizado: Consiste en el inmueble en el que determinados particulares prestan los servicios de manejo, almacenaje y custodia de mercancías sujetas a operaciones de comercio exterior, previa autorización de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público.

Aranceles: Los aranceles son las tarifas de los impuestos generales de exportación e importación:

ARANCELES		
Ad valorem	Mixto	Específicos
Cuando se expresen en términos porcentuales del valor de la aduana de la mercancía.	Combinación de Ad valorem y específicos.	Cuando se expresen en términos monetarios por unidad de medida.

Para dar inicio a la actividad comercial se sabe que toda persona física como moral que realice actividades lucrativas, esta obligada a pagar impuestos al gobierno federal, para ello es necesario estar inscrito en el Registro Federal de Contribuyentes.

Este trámite para inscribirse al RFC se puede realizar en los buzones fiscales instalados en las Administraciones Locales de Recaudación o en Cámaras de Comercio o Confederaciones y oficinas de correspondencia, entre otros lugares. El Registro Federal de Contribuyentes se puede tramitar en dos modalidades:

- Como persona física con actividad empresarial, para los cual es necesario presentar la solicitud de inscripción al RFC acompañada de un documento de identidad que puede ser el acta de nacimiento y comprobante de domicilio.
- Como persona moral, la fórmula más frecuente para constituir una empresa es el régimen de sociedad anónima, cuyos requisitos más importantes son: tener dos socios como mínimo, contar con un capital mínimo de 50,000 pesos, constituir la empresa ante notario público y registrar el nombre de la empresa en la Secretaría de Relaciones Exteriores.

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

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

Los impuestos al comercio exterior se determinan con base en fracciones arancelarias a las que corresponden una determinada tarifa porcentual, que se aplican sobre el valor de las propias mercancías, por lo tanto, la recaudación de dichos tributos federales dependerá en gran medida de una correcta y justa valuación de las propias mercancías, que tome en consideración el precio que efectivamente se pagó por las mismas.

Los exportadores y agentes o apoderados aduanales, previa la operación de comercio exterior que pretenda realizar, podrán formular consulta ante las autoridades aduaneras, sobre la clasificación arancelarias de las mercancías objeto de la operación de comercio exterior, cuando considere que se puede clasificar en más de una fracción arancelaria. Dicha consulta podrá consultarse directamente por el interesado ante las autoridades aduaneras o por las confederaciones, cámaras o asociaciones. Debe señalarse la fracción arancelaria que consideren aplicable, las razones que sustenten su apreciación y la fracción o fracciones arancelarias con las que existan duda y anexen, en su caso, las muestra, los catálogos y demás elementos que permitan identificar la mercancía para su correcta clasificación arancelaria.

Para resolver las consultas que presenten los exportadores y agentes o apoderados aduanales sobre la correcta clasificación arancelaria, las autoridades aduaneras podrán apoyarse en los dictámenes técnicos del Consejo de Clasificación Arancelaria, el cual está integrado por los peritos que propongan las confederaciones, cámaras, asociaciones e instituciones académicas.

Las autoridades aduaneras podrán resolver conjuntamente las consultas formuladas cuando la descripción arancelaria sea la misma. En estos casos se dictará una resolución que se notificará a los interesados. Las resoluciones sobre clasificación arancelaria que emitan las autoridades aduaneras, de carácter individual, o dirigida a agrupaciones, surtirán efectos en relación con las operaciones de comercio exterior que se efectúen a partir del día siguiente a aquel que se notifique la resolución de que se trate.

Las resoluciones deberán dictarse en un plazo no mayor a cuatro meses a partir de la fecha de su recepción. Transcurrido dicho plazo sin que se notifique la resolución que corresponda, se entenderá que la fracción arancelaria señalada como aplicable por el interesado es la correcta.

Las mercancías están afectas directa y preferentemente al cumplimiento de las obligaciones y de los créditos fiscales generados por su salida del territorio nacional. En los casos previstos por la Ley Aduanera, las autoridades aduaneras procederán a retenerlas o embargarlas, en tanto se comprueba que han sido satisfechas dichas obligaciones y créditos. Los medios de transporte quedan afectos al pago de las contribuciones causadas por la salida del territorio nacional.

La base gravable del impuesto general de exportación es el valor comercial de las mercancías en el lugar de venta, y deberá consignarse en la factura o en cualquier otro documento comercial, sin inclusión de fletes y seguros. Cuando las autoridades aduaneras cuenten con elementos para suponer que los valores consignados en dichas facturas o documentos no constituyen los valores comerciales de las mercancías, harán la comprobación conducente para la imposición de las sanciones que procedan.

Los impuestos al comercio exterior se determinarán aplicando a la base gravable determinada en los términos que proceda, la cuota que corresponda conforme a la clasificación arancelaria de las mercancías. Los agentes o apoderados aduanales determinarán en cantidad líquida por cuenta de los exportadores las contribuciones y, en su caso, las cuotas compensatorias, para lo cual manifestarán en la forma oficial aprobada por la Secretaría, bajo protesta de decir la verdad:

- ✓ La descripción de las mercancías.
- ✓ El valor comercial de las mercancías.

- ✓ La clasificación arancelaria que le corresponda.
- ✓ El monto de las contribuciones causadas con motivo de la exportación.

Las contribuciones se pagarán por los exportadores al presentar el pedimento para su trámite en las oficinas autorizadas, antes de que se active el mecanismo de selección aleatoria. Dichos pagos se deberán efectuar en cualquiera de los medios que mediante reglas establezca la Secretaría. El pago en ningún caso exime del cumplimiento de las obligaciones en materia de regulaciones o restricciones no arancelarias.

Otro pago que debe de hacerse son las cuotas compensatorias, que son aquellas que deben de realizar las personas físicas o morales que importen mercancías en condiciones prácticas desleales de comercio internacional. De acuerdo con el Art. 62 de la Ley de Comercio Exterior, corresponde a la Secretaría de Comercio y Fomento Industria determinar las cuotas compensatorias, las cuales serán equivalentes, en el caso de discriminación de precios, a la diferencia entre el valor normal y el precio de exportación y, en el caso de subvenciones, al monto del beneficio. Cabe aclarar que las cuotas podrán ser menores, siempre y cuando sean suficientes para desalentar la importación de mercancías en condiciones de prácticas desleales.

Otras de las cuestiones básicas dentro del sistema de contribuciones al comercio exterior está representada por los distintos regímenes aduaneros a los que pueden quedar sujetas las mercancías tanto de importación como de exportación, de acuerdo con los distintos destinos y usos que pretendan darle los interesados.

Sobre este particular, debe señalarse que la existencia de estos distintos regímenes trae consecuencias fiscales diversas, puesto que el monto de la recaudación de las contribuciones respectivas y la definidad o no de dicha recaudación, va a depender precisamente del régimen aduanero al que se haya recurrido.

De acuerdo con lo que establece en la Ley Aduanera existen los siguientes regímenes: Definitivos, Temporales, de Depósito Fiscal, de Tránsito de Mercancías, y de Elaboración, Transformación o Reparación en Recinto Fiscalizado.

*Definitivos.*_ Se entiende por exportación definitiva, la salida de mercancía de territorio nacional para permanecer en el extranjero por tiempo ilimitado. Por regla general, la exportación definitiva suele ser el régimen aduanero que con mayor frecuencia se utiliza, ya que es el que verdaderamente permite lograr los fines propios del comercio exterior. Los adquirentes de mercancías que son comercializadas en territorio nacional deben conservar dentro del indicado plazo de 10 años, tanto la documentación como la información del respectivo despacho aduanero, de tal manera que en todo momento se pueda comprobar el origen, la procedencia y, muy especialmente, la legal estancia en el país de la mercancía de que se trate.

*Régimen Temporal.*_ La exportación temporal también se permite respecto de mercancías que deben retornar al país en el mismo estado físico en el que fueron exportadas, o bien, respecto de aquellas que se envíen al extranjero para sujetarse a procesos de transformación, elaboración o reparación.

Por regla general, las exportaciones temporales se dan con mucha menor frecuencia que las importaciones temporales, y normalmente se llevan a cabo respecto de mercancías que inicialmente fueron importadas al país en forma definitiva y que, por alguna razón, principalmente reparación e incorporaciones deben retornar al extranjero. En las exportaciones temporales no se causan las contribuciones al comercio exterior, pero deben garantizarse su importe para el caso de que las mercancías no retornen al territorio nacional dentro de la temporalidad concedida, o se cumplan oportunamente las condiciones a las que hubiere quedado sujeta la exportación temporal de que se trate.

*Depósito Fiscal.*_ Este régimen consiste en el almacenamiento de mercancías de procedencia extranjera o nacional en los almacenes generales de depósito que puedan prestar este servicio en los términos de la Ley General de Organizaciones y Actividades Auxiliares del Crédito y además sean autorizados para ello, por las autoridades aduaneras. Este se efectúa una vez determinados los impuestos a la exportación, así como las cuotas compensatorias que procedan.

*Transito de Mercancías.*_ Este régimen consiste en el traslado de una o otra aduna nacionales de las mercancías que se encuentren bajo el

control fiscal, y respecto de las cuales se este llevando una operación de exportación. Este régimen a contribuido a descongestionar el trafico de las aduanas fronterizas y marítimas, que en ocasiones llega a ser verdaderamente abrumador, permitiendo la creación de aduanas interiores, que como su nombre lo indica se establecen en distintos puntos del interior del país, como lo son en Monterrey, Guadalajara, Querétaro y Puebla.

Elaboración, Transformación o Reparación en Recinto Fiscalizado. Este régimen consiste en la introducción de mercancías a recintos que fueron autorizados por la autoridad aduanera y que pueden consistir en las propias fábricas o instalaciones industriales del interesado, para el efecto de que en los mismos se lleve a cabo la elaboración, transformación o reparación de las mismas mercancías para ser retornadas al extranjero o para ser exportadas.

2.3 Regulación arancelaria y no arancelaria

El intercambio comercial de cada país con el resto del mundo responde al nivel del desarrollo y la competitividad del mismo; pero la competencia en el mercado internacional no está exenta de limitaciones, principalmente a la importación y a veces a la exportación que cada país establece. En la práctica ningún país es absolutamente proteccionista ni librecambista, sino que cada uno establece una política de comercio exterior, que en ocasiones tiene una mayor tendencia hacia el proteccionismo y en otras hacia el libre comercio.

El arancel es un instrumento que proporciona certidumbre, tanto al importador como al exportador, en cambio las restricciones no arancelarias no son tan claras y en ocasiones constituyen verdaderas estrategias de comercio desleal disfrazadas de medidas no arancelarias, pues con frecuencia son difíciles de interpretar adecuadamente, lo cual dificulta su cumplimiento.

El arancel es un gravamen que se impone sobre un bien cuando éste cruza las fronteras nacionales y es utilizado como uno de los principales instrumentos de la política comercial en el mundo. Este existe tanto para importaciones como para exportaciones, pero el primero es el más común y el más aceptado que se utiliza en la política de comercio

exterior, ya que los aranceles a las exportación se establecen en los países para quienes sus exportaciones de materias primas son una fuente importante de recursos fiscales, o bien pretenden asegurar el abasto interno de los productos que se gravan con el arancel.¹⁵

Las modalidades del arancel son:

- Ad valorem._ Es un porcentaje sobre el valor de la mercancía importada o exportada.
- Específico._ Es una cantidad fija de dinero por unidad física del bien importado o exportado.
- Compuesto o mixto._ Combinación de arancel Ad valorem y el específico.
- Arancel – cuota._ Es aquel arancel que grava el excedente de importación sobre la cuota autorizada (cantidad de importación libre de arancel).
- Estacional._ Es un arancel poco frecuente que se aplica a ciertas épocas del año sobre algunos productos.

El arancel Ad valorem es más justo y eficaz como medida de protección comercial que el específico. Para un bien que se produce en muchas variedades, algunas mas baratas que otras, el arancel Ad valorem suele ser mas equitativo que el arancel específico; por otra parte, el nivel de protección que brinda éste varia inversamente con el nivel general de precios, en tanto que el arancel Ad valorem garantiza el mismo nivel de protección en cualquier nivel de precios.

Cada país puede otorgar diversos tratamientos arancelarios dependiendo del origen de las mercancías que llegan a sus aduanas, por ello sus tarifas aduaneras pueden clasificarse en tres niveles:

- General es que se aplica normalmente a todos los países miembros de la Organización Mundial de Comercio (OMC), a quienes se les otorga el trato de nación mas favorecida.
- El preferencial se aplica a productos que provienen de países con quienes se tiene algún acuerdo comercial para otorgarse recíprocamente un trato arancelario preferencial.
- El diferencial es un arancel mayor a los dos anteriores y se aplica a países que no son miembros de la OMC ni se tiene algún

¹⁵ FLORES Paredes, Joaquín, Op. Cit., Pág. 97.

acuerdo comercial firmado. También aquí se ubican las “cuotas compensatorias”, que son impuestos adicionales y la importación y que se han establecido como mecanismos para sancionar y neutralizar alguna práctica desleal con la que el exportador pretende obtener una posición ventajosa en el mercado.

La aplicación del arancel se hace una vez que ha identificado la mercancía con base en Sistema Armonizado de Designación y Clasificación de Mercancías (SADCM), que es el que se ha adoptado internacionalmente para identificar las mercancías en las transacciones internacionales. Tal sistema permite identificar las mercancías utilizando un código numérico en lugar de las palabras y consta de 21 secciones, casi todas las partidas están subdivididas en dos o más subpartidas de dos dígitos con una estructura lógica. De esta manera, cada producto tiene un código numérico de seis dígitos y se conoce como fracción arancelaria, aunque en algunos casos ciertos países le añaden dos dígitos más para diferenciar un producto de otro que es similar aunque no idéntico.

El principal objetivo de un arancel es proteger a los productos nacionales de la competencia externa: “Un arancel sobre un bien importado aumenta el precio recibido por los productores nacionales de dicho bien. Este efecto es a menudo el principal objetivo del arancel, proteger a los productores nacionales frente a los bajos precios resultantes de la competencia de la importación”¹⁶

El establecimiento de un arancel a la importación repercute en el nivel de precios interno, lo que a su vez tiene los siguientes efectos:

- Se reduce el consumo interno del bien importado (cuando es un bien normal).
- Se estimula la producción interna (efecto protección).
- Disminuyen las importaciones (efecto sobre la balanza comercial).

El arancel llega a ser prohibitivo cuando la tasa del arancel es al menos igual a la diferencia entre los precios de una economía cerrada y el precio mundial, en virtud de que las importaciones disminuyen a cero. Esto representa un límite a los ingresos fiscales. Por otra parte, la

¹⁶ KRUGMAN y OBSFELD, Economía internacional, tercera edición, Mc Graw Hill, Madrid 1995, Pág. 240.

imposición del arancel transfiere ingresos del consumidor al productor por el aumento de precios internos.

Las regulaciones y restricciones no arancelarias o controles de comercio exterior son diferentes de los aranceles y consisten en el establecimiento de medidas que regulan o restringen la entrada o salida del territorio aduanero de las mercancías que pudiesen incidir en renglones primordiales de un país, tales como las de seguridad nacional, el equilibrio ecológico, la salud humana, animal y vegetal, entre otros; así como guardar el equilibrio de su economía nacional. Estas medidas de restricción no arancelarias son de tipo cuantitativo y cualitativo a las importaciones (principalmente).

En términos de lo dispuesto por el artículo 17 de la Ley de Comercio Exterior, las medidas de restricción no arancelarias de tipo cuantitativa consisten en permisos previos, cupos máximos, marcado de país de origen, certificaciones, cuotas compensatorias y los demás que se consideren adecuados para los fines de la propia ley.

Se hace una referencia a los artículos 15 y 16 de la Ley de Comercio Exterior, para destacar las bases de estas medidas de restricción no arancelarias.

De acuerdo con la establecido por el artículo 15 de la ley ordinaria citada, estas medidas de regulación y restricción no arancelarias a la exportación de mercancías se podrán establecer para asegurar el abasto de productos destinados al consumo básico de la población y el establecimiento de materias primas a los productores nacionales o para regular o controlar recursos naturales no renovables del país, de conformidad a las necesidades del mercado internacional; así como para observar lo dispuesto en tratados y convenios internacionales de los que México sea parte; para preservar la fauna y la flora en riesgo o peligro de extinción o de asegurar la conservación y aprovechamiento de las especies; para conservar los bienes de valor histórico, artístico y arqueológico; y para preservar normas oficiales mexicanas en lo referente a seguridad nacional, salud pública, sanidad fitopecuaria o ecología, de acuerdo a la legislación en la materia.¹⁷

¹⁷ LEYVA García, Eugenio, Importaciones y exportaciones, tratamiento jurídico, Ediciones ISEF, México 2004, Pág. 124.

Por otro lado, en lo referente a la importación el artículo 16 de la misma ley dispone que las medidas de regulación arancelarias procedan cuando se requieran de manera temporal para corregir desequilibrios en la balanza de pagos, de acuerdo a los tratados y convenios internacionales de los que México sea parte; cuando se requiera regular la entrada de productos usados, de desecho y que carezcan de mercado sustancias en su país de origen o precedencia y cuando así se establezcan en los tratados o convenios internacionales de los que México sea parte.¹⁸

Las formas administrativas de restricciones cuantitativas permiten una determinada cantidad de importación de algún bien por año, pero no específica de que país debe provenir el producto a quien este autorizado para realizar tal operación; tan pronto como se importa la cantidad autorizada, no podrán importarse cantidades adicionales durante el resto del año. Este tipo de restricción también se identifica como el prototipo de las barreras no arancelarias al comercio y es también la más atacada en los foros internacionales.

PERMISOS PREVIOS. La razón de ser de los permisos previos no es la de lograr algunos de los propósitos establecidos en las diferentes fracciones de los artículo 15 y 16 del ordenamiento legal en comento, sino la de administrar a su vez a los cupos, que es otra figura que la propia ley contempla, lo cual es completamente diferente. Permisos previos es el instrumento expedido por la Secretaría de Economía para realizar la entrada y salida de mercancías al o del territorio nacional y son intransferibles. La SE resolverá la solicitud de permisos o prórroga del mismo dentro de los 15 días posteriores a la fecha de su aceptación. Para presentar solicitud y recoger el permiso respectivo, el interesado o su representante deberán satisfacer los requisitos que establezca la ley de Comercio Exterior. Los usuarios habituales podrán obtener una credencial expedida por la SE en la que se consignará el número de registro correspondiente (Tarjeta PEXIM), con la cual comprobarán ante las autoridades aduaneras que cuentan con el permiso respectivo.

CUPOS. El artículo 23 de la Ley de Comercio Exterior establece que se entiende por cupo de exportación o importación el monto de una mercancía que podrá ser importado o exportado mediante un

¹⁸ TREJO V. Pedro, MORENO C. Jorge, MORENO V. Hada, Op. Cit., Pág. 94.

certificado de cupo. Los cupos o contingentes de importación significan la limitación de la cantidad o valor de las importaciones de una mercancía, por lo general, durante un periodo de tiempo dado. Un contingente no es sino la cantidad declarada que se permitiría importar al país, a diferencia de los aranceles, que restringen el comercio exterior para aumentar el precio de los productos extranjeros, pero que permiten la entrada de un volumen ilimitado de importaciones a condición de que se pague el derecho; los contingentes de importación prohíben todo comercio que sobrepase una determinada cantidad. Son una medida restrictiva directa y cuantitativa; un término medio entre la libertad de comercio y su prohibición total. Existen los siguientes tipos de cupos:

- Cupo máximo; se reflejan en una cantidad o unidad de medida máxima que se puede importar o exportar dentro de un periodo, el cual generalmente es de un año.
- Cupo dentro de un arancel – cupo; se refleja en una cantidad máxima que se puede importar con un determinado nivel arancelario; es decir, cierta cantidad de mercancía se importa pagando un determinado arancel o exenta del mismo y, cuando la mercancía de que se trate se importa en el exceso de dicha cantidad, se estará obligado al pago de un arancel mayor.

La administración de los cupos podrá hacerse mediante la utilización de permisos previos. La SE especificará en el DOF la cantidad, volumen o valor total del cupo, los requisitos para la presentación de solicitudes, la vigencia del permiso correspondiente y el procedimiento para su asignación entre los exportadores o importadores interesados. La determinación, las modificaciones y los procedimientos de asignación de cupos deberán someterse previamente a la opinión de la Comisión de Comercio Exterior.

MARCADO DE PAIS DE ORIGEN. El mercado de país de origen determinará cuando una mercancía importada a territorio nacional se puede considerar de determinado país, por ejemplo, canadiense, mexicana o venezolana. Compete a la SE establecer los requisitos del mercado del país de origen, previo consulta a la Comisión del Comercio Exterior, los cuales se deberán publicar en el DOF. De esta manera se podrá exigir que una mercancía importada a territorio nacional ostente un mercado del país de origen en donde se indique del nombre de dicho país. También se deberán dar a conocer en el DOF los criterios

necesarios para reconocer el origen de la mercancía a la que se le solicite el referido requisito de marcado.

CERTIFICACIONES. El documento con base en el cual el importador debe de acreditar el país de origen de las mercancías se denomina certificado de origen o certificado de país de origen. El país de origen de las mercancías se determinará de conformidad con las Reglas del País de Origen que establezca la SE o, en su caso, conforme a la reglas establecidas en los tratados o convenios internacionales de los que México sea parte y deberá anexarse al pedimento de importación. Existen dos tipos de certificaciones:¹⁹

1. Para que se conceda al importador la aplicación de preferencias arancelarias, cupos, marcado de país de origen y otras medidas que al efecto se establezcan (certificado de origen).
2. Para efectos de no – aplicación de una cuota compensatoria (certificado de país de origen).

No en todos los casos los importadores están obligados a presentar un certificado de país de origen, por ejemplo:

- Tratándose de la importación de mercancías cuyo valor no exceda del equivalente en moneda nacional o, en otras divisas, a 1,000 dólares de los EUA.
- En el caso de la importación de muestras y muestrarios que, por sus condiciones, carecen de valor comercial.
- Tratándose de exenciones o franquicias en términos de la Ley Aduanera.
- Cuando se introduzcan mercancías al territorio nacional bajo el régimen de importación temporal.
- Tratándose de mercancías que no estén sujetas al pago de cuotas compensatorias.
- Cuando sean mercancías exportadas definitivamente que retornen al país en términos de la Ley Aduanera.
- En el caso de retorne de mercancías exportadas temporalmente conforme con la Ley Aduanera.

CUOTAS COMPENSATORIAS. Son consideradas como aprovechamientos en términos del artículo 3º del Código Fiscal de la Federación y pueden ser definitivas o provisionales. Son determinadas

¹⁹ TREJO V. Pedro, MORENO C. Jorge, MORENO V. Hada, Op. Cit., Pág. 97.

mediante un procedimiento de investigación de prácticas desleales de comercio internacional, estos es, la importación de mercancías en condiciones de discriminación de precios (dumping) u objeto de subvenciones (o subsidios) en su país de origen o precedencia, que causen o amenacen causar daño a la producción nacional. Las personas físicas o morales que importen mercancías en condiciones de prácticas desleales de comercio internacional están obligadas a pagar una cuota compensatoria, con la finalidad de equilibrar el precio de dichas mercancías con las nacionales al momento de competir dentro del comercio nacional.

Corresponde a la SE determinar, cuando proceda, las cuotas compensatorias, las que podrán ser equivalentes, en el caso de discriminación de precios, a la diferencia entre el valor normal y el precio de exportación y, en el caso de subvenciones, al monto del beneficio.

La Secretaría de Hacienda y Crédito Público procederá al cobro de las cuotas compensatorias, pudiendo aceptar garantía constituida en términos de los artículos 141 y 142 del Código Fiscal de la Federación, cuando se trate de cuotas compensatorias provisionales.

Con cierta frecuencia ocurre que un exportador puede estar exento del pago de arancel, no enfrentar ninguna restricción de tipo cuantitativo y sin embargo su producto es detenido en la aduana del país importador, por no cumplir con alguna regulación de tipo cualitativo. Estas son más difíciles de identificar y no es casual que detrás de una justificación razonable de que pretenden proteger la salud del consumidor final, la salud de los vegetales o animales, se encuentre una política proteccionista. Por ello es importante conocer cuales son las disposiciones existentes en la materia, vigentes en el país a donde se pretende incursionar.

Las normas de etiquetado constituyen una de las principales regulaciones no arancelarias de los mercados importadores más importantes. Estas regulaciones son los requisitos que deben de cumplir los fabricantes, los exportadores y los distribuidores de un producto, sobre todo cuando su destino es el consumidor final. Antes de realizar algún gasto en el etiquetado, por ejemplo, el exportador debe de conocer las regulaciones específicas de etiquetado que el mercado importador tiene establecidas al producto que se quiere comercializar.

Otras de las barreras no arancelarias cualitativas que ha cobrado gran importancia principalmente en el comercio internacional de productos agropecuarios, frescos y procesados las constituyen las normas sanitarias, fitosanitarias y zoonosanitarias. Estas regulaciones forman parte de las medidas que la mayoría de los países han establecido a fin de proteger la vida y salud humana, vegetal y animal frente a ciertos riesgos que no existen en su territorio. Las exportaciones de los países subdesarrollados como México, donde las agroexportaciones llegan a ser una fuente importante de obtención de divisas, con muchas frecuencias enfrentan regulaciones no arancelarias de este tipo y en muchas ocasiones se ha demostrado que constituyen verdaderos bloqueos proteccionistas.²⁰

Las normas técnicas establecidas en cada país se refieren a las características y propiedades técnicas que debe tener una mercancía en un mercado específico. El cumplimiento de tales normas permite garantizar a los consumidores que los productos que compra cuenta con la calidad, seguridad y especificaciones de fabricación adecuadas para su completa satisfacción.

2.4 Tratados comerciales

La política económica actual de México, basada en un modelo de apertura comercial, cuyas bases se establecieron en los principios de la década de los 80 (cuando se eliminó el modelo de sustitución de importaciones), y el ingreso de México al GATT en 1986 y a la OMC en 1995 han sido un instrumento, entre otros, benéfico para el desarrollo económico del país, lo que le ha permitido una mayor captación de divisas e inversión extranjera directa, con la consecuente creación de nuevas empresas y mas fuentes de empleos.²¹

Por lo anterior, es importante conocer la fundamentación jurídica de la celebración de los acuerdos o tratados internacionales de México que descansa en el artículo 133 de la CPEUM, en la cual establece que:

²⁰ FLORES Paredes, Joaquín, Op. Cit., Pág. 102.

²¹ TREJO V. Pedro, MORENO C. Jorge, MORENO V. Hada, Op. Cit., pág. 215.

“Artículo 133. Esta constitución, las leyes del Congreso de la Unión que emanen de ella y todos los tratados que estén de acuerdo con la mismas, celebrados y que se celebren por el Presidente de la República, con aprobación del Senado, serán la Ley Suprema de toda Unión. Los jueces de cada estado se arreglarán a dicha Constitución, leyes y tratados, a pesar de las disposiciones en contrario que pueda haber es las constituciones o leyes de los estados”

Una vez efectuado el procedimiento establecido en el artículo 133 Constitucional, los tratados internacionales suscritos por México adquieren el carácter de Ley Suprema y pasan a formar parte del sistema jurídico mexicano, por lo que sus disposiciones son de observancia obligatoria.

El libre comercio es el paradigma actual y los gobiernos mexicanos desde 1983 lo han adoptado como parte de su política económica; cuando se firma un Tratado de Libre Comercio, se pretende crear una zona comercial libre de restricciones arancelarias y no arancelarias entre dos o más países, para así ampliar el tamaño del mercado que cada uno de ellos representa. El tratado debe incluir una serie de previsiones y reglas para alcanzar el objetivo que se pretende, entre las más importantes están las siguientes:²²

- Periodo de desgravación arancelarias: Esto se refiere a un calendario donde los socios firmantes especifican que productos no pagan aranceles para su importación y en que plazos ocurrirá esto. Generalmente los productos se agrupan por sectores o ramas productivas.
- Reglas de origen: Para evitar la triangulación comercial que podría beneficiar del trato comercial preferente a países no socios del Tratado, se definen las condiciones que deben cumplir los productos para ser reconocidos como originarios del país o la región y beneficiarse así de la liberación comercial, tales son: ser producido en su totalidad dentro de la zona de libre comercio correspondiente; si algunos insumos son producidos fuera de la zona de libre comercio estos deberían sufrir una transformación sustancial, la que deberá reflejarse en el cambio de clasificación arancelaria, y; en algunos casos, el valor del contenido producido en la zona de libre comercio (contenido regional), deberá ser el

²² FLORES Paredes, Joaquín, Op. Cit., Pág. 80.

porcentaje cercano o superior al 50% de su valor de transacción. El documento que avala el cumplimiento de las reglas de origen se denomina **Certificado de Origen**.

- **Productos especiales:** Existen algunos productos que se consideran en un régimen particular o son muy sensibles por la importancia estratégica que tiene para algunos de los socios firmantes, y reciben un trato especial, que generalmente se expresa en un periodo de desgravación especial más prolongado y/o reglas de origen diferentes. En el caso de México, los productos de este tipo son: agropecuarios, automotrices, textiles y energéticos.
- **Servicios:** En general estos que también se consideran bienes intangibles por su naturaleza, son incluidos bajo un tratamiento distinto. El propósito fundamental es proteger los derechos de los creadores de nuevas tecnologías, los intelectuales y los artistas.
- **Compras al sector público:** Como uno de los principales compradores es el gobierno, generalmente se trata de evitar que cada país en su gobierno le dé preferencia a sus proveedores locales sobre los del resto de él o los socios comerciales, en igualdad de circunstancias.
- **Salvaguardas:** Esto consiste en definir bajo que condiciones, uno de los países miembros del Tratado pueda suspender temporalmente la aplicación de la liberación comercial, demostrando que alguno de sus sectores productivos está arruinándose con motivo de las importaciones provenientes de su o sus socios. Aquí se debe de especificar el tiempo que podrá durar la suspensión, la cual generalmente es de un año prorrogable por otro.
- **Solución de controversias:** Es la parte de los tratados en las que se definen las instancias que participan y como, en la solución de conflictos que se deriven de la interpretación y aplicación de tales tratados. Las partes contratantes aceptan con esto a sujetarse a procedimientos generalmente establecidos por las normas de comercio internacional en la última instancia.

Básicamente, los tratados y acuerdos comerciales celebrados por México, con aprobación del Senado, de conformidad con el artículo 133 de la CPEUM prevén la siguiente estructura:²³

²³ TREJO V. Pedro, MORENO C. Jorge, MORENO V. Hada, Op. Cit., Pág. 221.

Estructura general de los tratados comerciales celebrados por México
1._ Aspectos generales <ul style="list-style-type: none"> • Disposiciones iniciales • Definiciones generales
2._ Comercio de bienes <ul style="list-style-type: none"> • Trato nacional y acceso de bienes al mercado • Agricultura y medidas fitosanitarias y zoosanitarias • Reglas de origen • Procedimientos aduaneros • Medidas de salvaguarda • Prácticas desleales
3._ Comercio de bienes <ul style="list-style-type: none"> • Principios generales sobre el comercio de servicios • Entrada temporal de personas de negocios • Telecomunicaciones • Servicios financieros
4._ Barreras técnicas al comercio <ul style="list-style-type: none"> • Medidas de normalización
5._ Compras del sector público <ul style="list-style-type: none"> • Compras del sector público
6._ Inversión <ul style="list-style-type: none"> • Inversión
7._ Propiedad intelectual <ul style="list-style-type: none"> • Propiedad intelectual
8._ Disposiciones administrativas <ul style="list-style-type: none"> • Publicación, notificación y garantías de audiencia y legalidad (Principio de transparencia) • Administración del tratado.
9._ Solución de controversias <ul style="list-style-type: none"> • Solución de controversias
10._ Otras disposiciones <ul style="list-style-type: none"> • Excepciones • Disposiciones finales
11._ Anexos

En la actualidad México tiene celebrados 10 tratados comerciales internacionales con 32 países, más un acuerdo de integración con la ALADI y se encuentra negociando algunos otros Tratados de Libre Comercio, especialmente con Japón un Acuerdo de Asociación Económica, más amplio que un TLC, así como también esta participando en las negociaciones para establecer un Área de Libre

Comercio de las Américas (ALCA) con 34 naciones, que se espera entre en vigor a más tardar en este año. Los tratados suscritos por México relacionados con aspectos de comercio exterior son los siguientes:

<i>Tratado de Libre Comercio</i>	<i>Promulgación</i>	<i>Publicación en el DOF</i>	<i>Entrada en vigor</i>
Estados Unidos y Canadá	20 de diciembre de 1993	20 de diciembre de 1993	1 de enero de 1994
Colombia y Venezuela (G3)	9 de enero de 1995	9 de enero de 1995	1 de enero de 1995
Costa Rica	10 de enero de 1995	10 de enero de 1995	1 de enero de 1995
Bolivia	11 de enero de 1995	11 de enero de 1995	1 de enero de 1995
Nicaragua	1 de julio de 1998	1 de julio de 1998	1 de julio de 1998
Chile	28 de julio de 1999	30 de julio de 1999	1 de agosto de 1999
Comunidad Europea	26 de junio de 2000	26 de junio de 2000	1 de octubre de 2000
Israel	28 de junio de 2000	30 de junio de 2000	1 de julio de 2000
Salvador, Guatemala y Honduras	14 de marzo de 2001	15 de marzo de 2001	15 de marzo de 2001
Islandia, Noruega, Liechtenstein y Suiza	29 de junio de 2001	29 de junio de 2001	1 de julio de 2001
Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI)	4 de marzo de 1981	31 de marzo de 1981	18 (E.V.G.) y 22 (E.V.M.) de marzo de 1981
Acuerdo de Complementación Económica No. 5 entre los Estados Unidos Mexicanos y la República Oriental de Uruguay.	(Firma) 29 de diciembre de 1999	28 de febrero de 2001	1 de marzo de 2001

Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN)

En 1998, Estados Unidos y Canadá firmaron un acuerdo de libre comercio, cuyo alcance se amplió en 1993 para incluir a México, entrando en vigor en 1994. Actualmente el TLCAN tiene como miembros a Canadá, Estados Unidos de América y México.

El objetivo principal de este tratado es el de fomentar el intercambio comercial y los flujos de inversión entre los tres países, mediante la eliminación paulatina de los aranceles o impuestos que pagan los productos para entrar a otro país; el establecimiento de normas que deben ser respetadas por los productores de los tres países, y los mecanismos para resolver las diferencias que pudieran surgir.

Entre otros objetivos principales se consideran}:

- ✓ Promover el empleo y el crecimiento económico,
- ✓ Promover condiciones de competencia leal en la zona de libre comercio,
- ✓ Aumentar sustancialmente las oportunidades de inversión, y
- ✓ Ampliar y mejorar los beneficios de este tratado.

En un periodo de 15 años, deberán eliminarse todos los aranceles y demás restricciones al comercio y la inversión; específicamente:

- ✓ Dentro del comercio agrícola entre México y los Estados Unidos no se cuenta con la imposición de aranceles excepto un 6 por ciento sobre algunos productos (maíz, azúcar, algunas frutas y verduras).
- ✓ Las restricciones sobre automóviles y textiles deberán desaparecer en un periodo de 10 años en los tres países.
- ✓ El sector financiero mexicano estará abierto sin restricciones en el año 2007 para Canadá y los Estados Unidos.
- ✓ La inversión ya está totalmente liberalizada con algunas excepciones, como es el petróleo en México, algunos cultivos en Canadá, y aerolíneas y comunicación por radio en Estados Unidos.
- ✓ Las adquisiciones gubernamentales se liberarán en México en un periodo de 10 años, dando el mismo trato a compañías de todos los estados miembros.
- ✓ En cuanto al transporte, el libre tránsito de vehículos pesados al inicio del año 2000. en el caso de una repentina entrada de artículos a uno de los países, una cláusula del tratado permite

establecer aranceles temporales a corto plazo, y de rápido restablecimiento.

Con el propósito de asegurar el otorgamiento de trato arancelario preferencial, el TLCAN incluye disposiciones en materia aduanera que establecen, entre otros:

- ✓ Reglamentos uniformes que asegurarán la aplicación, administración e interpretación congruente de las reglas de origen;
- ✓ Certificado de origen uniforme, así como los requisitos de certificación y procedimientos a seguir por lo importadores y exportadores que reclamen trato arancelario preferencial;
- ✓ Requisitos comunes para la contabilidad de dichos bienes.

Los tres gobiernos promoverán el crecimiento económico a través de la expansión del comercio y de la inversión. La eliminación gradual de las barreras para el flujo de productos, servicios e inversión junto con una fuerte protección de los derechos de propiedad intelectual (patentes, marcas registradas y derecho reservados), beneficiará a las empresas, los trabajadores, lo agricultores y los consumidores. Canadá y México ocupan respectivamente el primero y tercer lugar como los socios comerciales más importantes de Estados Unidos (Japón ocupa el segundo lugar).

Grupo de lo tres (México, Venezuela y Colombia)

El Grupo de lo Tres, también conocido como Acuerdo de Complementación Económica o Tratado de Libre Comercio del G3 entro en vigor en 1995 y está constituido por México, Venezuela y Colombia.

El principal objetivo del grupo es integrar una zona de libre comercio, la cual se deberá alcanzar en un periodo de 10 años. Por otra parte, los acuerdos del grupo incluyen normativas sobre inversiones para facilitar el flujo de capitales, favoreciendo la integración de la base productiva que supere la tradición estrictamente comercial.

Es significativa también, la importancia que tiene el intercambio de servicios entre los miembros del grupo. El impulso de la revolución tecnológica dentro del grupo aumentará el intercambio de servicios en las áreas de telecomunicaciones, transporte, consultoría, turismo, finanzas e ingeniería.

En materia económica y en específico para la relación México - Colombia, a partir del 1 de julio de 1996, aproximadamente el 40% de las exportaciones mexicanas y el 63% de las exportaciones colombianas están libres de arancel. México por su parte, acordó con Venezuela la desgravación gradual, de manera que los productos que se comercializan quedan libres de arancel a partir del 1 de julio de 2004.

En los años 1996 y 1997, el comercio entre los países miembros se incrementó de 1,265 a 1,776 millones de dólares aproximadamente entre los tres países, lo que constituyó un incremento del 40.4 por ciento, superior al incremento del comercio intrarregional total, representada en un 9.3 por ciento del mismo. Asimismo, los gobiernos de México y de Venezuela resolvieron acelerar la desgravación para un paquete de fracciones arancelarias, la cual entró en vigencia en 1 de julio de 1997. Con posterioridad, en el mes de agosto, México solicitó una segunda ronda de negociaciones para la aceleración, esta vez trilateral, de otro conjunto de productos.

Se realizarán además, reuniones entre los ministros (secretarías) de Comercio y empresarios de los tres países con el objetivo de promover la creación de una zona de libre comercio con Centroamérica y el Caribe.

Tratado de Libre Comercio México - Costa Rica

El Tratado de Libre Comercio entre México y Costa Rica entró en vigor en 1995 con el fin de establecer normas que promuevan el comercio de bienes y servicios, facilitando el desarrollo de inversiones. Este tratado establece que el 70 por ciento de las exportaciones mexicanas no agropecuarias a Costa Rica quedaron exentos de aranceles a partir de su entrada en vigor; el 20 por ciento concluirá desgravación en 1999; y el 10 por ciento restante en el año 2004: por otra parte, el 75 por ciento de las exportaciones de Costa Rica se desgravarán de inmediato; 15 por ciento en 5 años, y 10 por ciento en 10 años.

Otro de los beneficios que este tratado ofrece es la eliminación de aranceles que bienes producidos en su totalidad en la región, bienes que cumplan con una transformación sustancial con base al cambio arancelario, y/o bienes que cumplan con un requisito de contenido regional. Para que los bienes reciban los beneficios arancelarios del

tratado, se establece un certificado de origen que deberá ser llenado y firmado por el exportador o productor.

Tratado de Libre Comercio México – Bolivia

Este Tratado de Libre Comercio entró en vigor en 1995, con el objetivo de establecer una rápida apertura en el comercio de bienes, estableciendo reglas claras y transparentes de beneficio mutuo en materia de comercio e inversión. A continuación se mencionan algunos beneficios generales que este tratado ofrece a las partes (México y Bolivia):

- Oportunidades para aumentar y diversificar la producción, generar economías de escala, alianzas comerciales y de inversión, mayor competitividad, crecimiento y más empleos productivos y bien remunerados para un mayor bienestar de los mexicanos.
- Mecanismos para la efectiva eliminación de barreras no arancelarias (con excepción de algunos productos).
- Devolución de aranceles, permitiendo a los productores de ambos países utilizar insumos de terceros en bienes de exportación, siempre y cuando no se lastimen los intereses del otro país.
- Eliminación de derechos de trámite aduanero 8 años después de entrar en vigor el tratado.
- Reconocimiento de productos distintivos: para México tequila y mezcal y para Bolivia el singani.
- El 97 por ciento de las exportaciones de México a Bolivia, y el 99 por ciento de las exportaciones de Bolivia a México, están libres de arancel.
- Reducción del arancel a cero en un plazo de 12 años, partiendo de un arancel máximo de 10 por ciento.
- Se facilita el acceso a los mercados mediante la reducción y eliminación de barreras al comercio sobre bienes agropecuarios.
- En ambos mercados se tiene acceso inmediato en productos como: mezcla de legumbres y hortalizas, espárragos, aguacate, fresa, cerveza, tequila, mezcal, leche evaporada, pimiento, cebolla, melón, sandía, nopales, cacahuates, jugos cítricos, de papaya, manzana, durazno, entre otros.

Para que los bienes reciban los beneficios arancelarios del tratado, se establece un certificado de origen que deberá ser llenado y firmado por

el exportador o productor. Durante un periodo de 4 años la autoridad exportadora validará el contenido del certificado.

Tratado de Libre Comercio México – Nicaragua

El Tratado de Libre Comercio México – Nicaragua entró en vigor el 1 de julio de 1998. Este tratado tiene como objetivo alentar una mayor competitividad de las economías de ambos países, al permitir un mejor aprovechamiento de las ventajas comparativas de cada uno.

El tratado, por otra parte, permitirá el intercambio de bienes, servicios, inversiones y propiedad intelectual, en un proceso de 10 años entre el mercado nicaragüense y el mercado mexicano. Por otra parte se tiene proyectado un acceso a México de una 90 por ciento de las exportaciones nicaragüenses en especial de carne y ganado en piel, leche en polvo, frijoles y queso, con esto se espera el beneficio del 76 por ciento de los exportadores nicaragüenses.

En este contexto, para que los bienes reciban los beneficios arancelarios del tratado, se establecen un certificado de origen que deberá ser llenado y firmado por el exportador productor.

Tratado de Libre Comercio México – Chile

En enero de 1992 entró en vigor el Acuerdo de Complementación Económica No. 17 (ACE 17) entre México y Chile, eliminando las restricciones arancelarias. Por otra parte, a partir de 1998, queda libre el arancel al 100 por ciento del universo arancelario negociado.

Los objetivos principales de este acuerdo son:

- Intensificar las relaciones económicas y comerciales mediante la liberación total de gravámenes y restricciones a las importaciones.
- Aumentar y diversificar el comercio.
- Coordinar y complementar las actividades económicas, en especial en las áreas productivas de bienes y servicios.
- Estimular las inversiones encaminadas al aprovechamiento de los mercados y de la capacidad competitiva de México y Chile en las corrientes de intercambio mundial.
- Facilitar la creación y funcionamiento de empresas bilaterales y multilaterales de carácter regional.

El mercado chileno ha representado importantes oportunidades para productos mexicanos como los automóviles y equipo de transporte, computadoras, receptores de televisión, cloruro de vinilo, cables para bujías, chasis de vehículos y productos laminados planos de acero entre otros. Como consecuencia de los avances en este proceso de liberación, el comercio entre ambos países aumentó de 918 a 1,238 millones de dólares entre 1996 y 1997, equivalente a un incremento del 34.9 %.

Tratado de Libre Comercio México – Unión Europea

La Unión Europea (UE), conformada por 15 países, constituye el segundo socio comercial y segunda fuente de inversión extranjera directa en México

El 25 de junio de 1996, el Consejo de Ministros de la UE otorgó autoridad a la Comisión Europea para iniciar negociaciones con México. En octubre del mismo año se realizó la primera reunión técnica y en noviembre, México presentó a la Comisión Europea una propuesta para la negociación. En junio de 1997 se concluyó la negociación de tres documentos:

- Acuerdo de Asociación Económica, Coordinación Política y Cooperación: intensifica el diálogo político de cooperación. En materia comercial fija el objetivo de establecer un marco para fomentar el desarrollo de los intercambios de bienes y servicios, incluyendo la liberación comercial bilateral.
- Acuerdo Interino: establece los mecanismos institucionales para la negociación y cubre aspectos de competencia comunitaria.
- Declaración Conjunta: mecanismos de negociación en los temas de competencia de los países miembros.

Finalmente el 1 de julio de 2000, entro en vigor dicho tratado, teniendo como principales objetivos:

Objetivo General

Crear un espacio comercial en un contexto de integración multinacional a través del establecimiento de una Zona de Libre Comercio para la apertura de oportunidades externas de desarrollo.

Objetivos Específicos

- ❖ Fomentar el desarrollo de los intercambios de bienes y servicios.
- ❖ Liberalizar preferencial, progresiva y recíprocamente el comercio de bienes y servicios.
- ❖ Dinamizar la actividad comercial y económica.
- ❖ Atraer insumos y tecnología para las empresas mexicanas.
- ❖ Generar mayores empleos.
- ❖ Promover la inversión directa.
- ❖ Incrementar las oportunidades y alianzas estratégicas para empresas mexicanas.

COMERCIO DE SERVICIOS E INVERSIÓN

Servicios

- ❖ Acceso sin restricción al número de operaciones o prestadores de servicios en territorio comunitario.
- ❖ Otorgamiento de trato nacional y trato de nación más favorecida.
- ❖ Consolidación del grado de apertura vigente en las respectivas legislaciones nacionales.
- ❖ Se contempla la prestación de servicios transfronterizos e inversión en este sector, exceptuando audiovisuales, transporte aéreo y cabotaje marítimo.

Inversión

- ❖ Consolidación de la apertura actual, plasmada en legislaciones nacionales de pagos relacionados con inversión directa.
- ❖ No implicación de apertura adicional a la inversión extranjera directa en ningún sector.
- ❖ Reiteración de compromisos internacionales y establecimiento del acuerdo de promover recíprocamente la inversión.

Tratado de Libre Comercio México – Israel

El objetivo primordial de este Tratado es establecer una Zona de Libre Comercio para intensificar el comercio y la economía por medio de la liberalización de gravámenes y restricciones a las importaciones originarias de los países signatarios, este acuerdo entró en vigor el 1 de julio de 2000.

- Eliminar obstáculos al comercio y facilitar la circulación transfronteriza de bienes y servicios.
- Promover condiciones de competencia leal en la Zona de Libre Comercio.
- Aumentar sustancialmente las oportunidades de inversión.
- Crear procedimientos eficaces para la aplicación y cumplimiento del tratado, para su administración conjunta y solución de controversias.
- Establecer lineamientos para la ulterior cooperación bilateral y multilateral encaminada a ampliar y mejorar los beneficios del tratado.

Acceso a Mercados

- Otorgamiento de trato nacional a bienes de ambas partes.
- Aplicación del principio de nación más favorecida para el arancel base establecido para reducciones sucesivas durante el periodo comprendido del 10 de julio de 1998 al 10 de febrero de 2000, informando de la reducción adicional que sufra dicho arancel base, así como de los aranceles aduaneros y tasas preferenciales en vigor.
- Eliminación de aranceles aduaneros a bienes originarios en cuatro etapas iguales, la primera a partir de la entrada en vigor del tratado y las siguientes el 1 de enero de cada año subsecuente, fijándose la eliminación total de aranceles aduaneros el 1 de enero de 2003.

Reglas de Origen y Procedimientos Aduaneros

- Existencia de la posibilidad de acelerar la eliminación o reducción del arancel aduanero a un bien o la inclusión de un bien al calendario de desgravación o anexos del tratado.

- Eliminación de derechos de trámite aduanero aplicado a un bien originario sobre base ad valorem, a partir de la entrada en vigor del tratado.
- Desgravación inmediata a productos como: automóviles, camiones y autobuses, acero, químicos, azúcar, jugos de naranja concentrados, jugos de cítricos concentrados, café verde, tostado e instantáneo, cerveza, tequila y mezcal.
- Reconocimiento de productos distintivos e indicaciones geográficas.
- Aplicación de los principios del Código de Valoración Aduanera para la determinación del origen de un bien.
- Otorgamiento de trato arancelario preferencial a bienes originarios.
- Elaboración de un formato único para el certificado de origen y otro para la declaración de origen antes de la entrada en vigor del tratado, los que podrán ser modificados previo acuerdo entre las partes.
- Presentación de certificado de origen en uno de los idiomas oficiales de las partes, una traducción al inglés adjunta cuando el idioma utilizado no corresponda al país importador; o bien, únicamente la presentación del certificado en inglés.
- Verificación del origen de un bien por conducto de una autoridad correspondiente, a través de aplicación de cuestionarios, visitas de verificación u otros procedimientos previamente acordados.

Tratado de Libre Comercio México – Salvador, Guatemala y Honduras

Este Tratado entra en vigor dividiéndose en los dos partes; primeramente entra en vigor el 15 de marzo de 2001 con el Salvador y Guatemala y posteriormente el 1 de junio de 2001 con Honduras, el cual, su objetivo es establecer una Zona de Libre Comercio que permita avanzar en el fortalecimiento de la integración entre México y Centroamérica.

Objetivos Específicos

- ✓ Estimular la expansión y diversificación del comercio de bienes y servicios.
- ✓ Promover condiciones de libre competencia.

- ✓ Eliminar las barreras al comercio y facilitar la circulación de bienes originarios y servicios.
- ✓ Eliminar las barreras al movimiento de capitales y personas de negocios.
- ✓ Aumentar las oportunidades de inversión.
- ✓ Proteger y hacer valer, de manera adecuada y efectiva, los derechos de propiedad intelectual.
- ✓ Establecer lineamientos, para la cooperación entre las partes, encaminados a ampliar y mejorar los beneficios del Tratado de Libre Comercio.
- ✓ Crear procedimientos eficaces para la aplicación y cumplimiento del tratado, su administración conjunta y solución de controversias.

Acceso a Mercados

- ✓ Apertura comercial asimétrica para México tanto en tasas base como en plazos de desgravación.
- ✓ Eliminación de aranceles de inmediato para más de la mitad de las exportaciones mexicanas y el resto en plazos de desgravación de 3 a 11 años.
- ✓ Otorgamiento de trato nacional a bienes de las partes, de conformidad con lo dispuesto por el artículo 111 del GATT, de 1994.
- ✓ Existencia de programas de devolución, de diferimiento y de exención de aranceles aduaneros aplicados a bienes exportados.
- ✓ Prohibición de incrementar o establecer derecho aduanero alguno por concepto de servicio prestado por la aduana y eliminación de tales derechos sobre bienes originarios, a partir del 10 de enero de 2001.

Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI)

Esta organización fue creada por el Tratado de Montevideo de 1980 (TM80) como resultado de la transformación de la Asociación Latinoamericana de Libre Comercio (ALALC). Actualmente esta compuesta por 11 países: Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Ecuador, México, Paraguay, Perú, Uruguay y Venezuela.

Con el propósito de esta asociación es establecer un proceso de integración o constitución de un mercado común latinoamericano. Entre sus objetivos principales se encuentran:

1. Promover el comercio regional.
2. Fungir como instrumento de modernización y de inserción competitiva de los países miembros en el mercado global.
3. Promover programas de cooperación científica y tecnológica.

La ALADI promueve convenios parciales o regionales tomando en consideración las necesidades de los diferentes países miembros. A partir de 1990 estos países firmaron diferentes acuerdos de integración con el objetivo de llegar al libre comercio de bienes. Actualmente son once los acuerdos firmados, incluyendo dos uniones aduaneras y nueve de libre comercio, entre los que destacan: Grupo Andino o Comunidad Andina (Bolivia, Colombia, Ecuador, Perú y Venezuela); Grupo de los Tres o Acuerdo de Complementación Económica (Colombia, México y Venezuela); MERCOSUR, (Argentina, Brasil, Paraguay y Uruguay) y como países asociados Chile y Bolivia y Acuerdo de Complementación Económica (México Chile).

Solamente con los 11 acuerdos ya firmados hasta ahora, indican que en 2004 un porcentaje superior 75% del comercio entre los países de la ALADI están en arancel cero. Algunos de los beneficios que obtienen los países miembros de la asociación son:

1. Preferencias económicas a países menos desarrollados.
2. Facilitación del comercio intraregional, de las exportaciones de los países miembros, de la explotación de recursos naturales y energéticos compartidos.
3. La disminución de costos de economías externas a que están sometidas las empresas exportadoras de los países miembros.
4. Acciones de coordinación intergubernamental en todos los niveles políticos y administrativos.

Estos son algunos de los Tratados Comerciales y un Acuerdo que han permitido a México participar dentro el mercado mundial y que de alguna forma son los más trascendentes para el desarrollo económico del país.

CAPITULO 3

PROCEDIMIENTO ADMINISTRATIVO

El éxito en la introducción al mercado internacional de un producto dependerá en alguna medida de la rapidez y el conocimiento de todos los trámites y de los documentos que son esenciales para la exportación, ya que en muchas de las ocasiones, el desconocimiento de estos procedimientos suelen ser barreras de tiempo que retrasan la operación. En este punto no sólo de conocimiento sino también de actualización recaen los programas de apoyo gubernamental que son implementados con el objetivo principal de fomentar y apoyar la comercialización de productos nacionales al extranjero.

3.1 Documentos y trámites aduaneros

Los trámites que debe de cumplir el exportador se indican en la Ley General de Exportación (TIGE). Por lo tanto, el primer paso es definir el tratamiento legal y arancelario para su mercancía sobre la base de la correcta clasificación arancelaria. Conforme a la fracción arancelaria, para algunos productos se puede requerir:²⁴

- Permiso de exportación (mas del 98% de las fracciones de exportaciones en México no requieren permiso de exportación)
- Cumplir con restricciones y regulaciones no arancelarias.

²⁴ BANCOMEXT, La clave del comercio, Edit. Bancomext, México 1999, Pág. 38

- Otros trámites especiales, la mayor parte de los productos no requieren de estos trámites.
- Realizar trámites especiales: Tratados comerciales; certificaciones de origen; cuotas; prácticas desleales; piezas arqueológicas; dictámenes de clasificación arancelaria; aspectos zoonosanitarios; agrícolas; pesca; ecología; flora y fauna silvestre; antigüedad y obras de arte; salud y productos básicos alimenticios.

Un trámite muy esencial en la exportación es el desaduanamiento de mercancías, es un concepto emanado de la Organización Mundial de Comercio (OMC). En forma general, dentro del sistema multilateral del comercio, se define como el conjunto de protocolos acordados por las entidades públicas y privadas, de acuerdo con el trámite legal y arancelario por fracción, para exportar o importar legalmente de acuerdo con las disposiciones de cada país. También se le conoce como liberar o nacionalizar las mercancías.

En México la parte medular del desaduanamiento lo constituye el Despacho Aduanal o Despacho Aduanero, considerados fundamentalmente en la Ley Aduanera y su Reglamento, cuya definición se indica en el artículo 35 de la Ley que dice: Para efectos de esta Ley se entiende por Despacho, el conjunto de actos y formalidades relativos a la entrada de mercancías al territorio nacional y su salida del mismo, que de acuerdo con los diferentes trámites y regímenes aduaneros establecidos en el presente ordenamiento, deben de realizar en la aduana las autoridades aduaneras y los consignatarios, destinatarios, propietarios poseedores o tenedores en las importaciones y los remitentes en las exportaciones, así como los agentes o apoderados aduanales.

El despacho se debe realizar por conducto de un agente o apoderado aduanal quienes están legalmente autorizados para actuar a nombre del exportador, como se menciona en la Ley Aduanera en su artículo 159:

Artículo 159. Agente aduanal es la persona física autorizada por la Secretaría, mediante una patente, para promover por cuenta ajena el despacho de las mercancías, en los diferentes regímenes aduaneros previstos en esta Ley.

Para obtener la patente de agente aduanal se requiere:

I. Ser mexicano por nacimiento en pleno ejercicio de sus derechos.

- II. No haber sido condenado por sentencia ejecutoriada por delito doloso y en el caso de haber sido agente o apoderado aduanal, su patente o autorización no hubieran sido canceladas.
- III. Gozar de buena reputación personal.
- IV. No ser servidor público, excepto tratándose de cargos de elección popular, ni militar en servicio activo.
- V. No tener parentesco por consanguinidad en línea recta sin limitación de grado y colateral hasta el cuarto grado, ni por afinidad, con el administrador de la aduana de adscripción de la patente.
- VI. Tener título profesional o su equivalente en los términos de la ley de la materia.
- VII. Tener experiencia en materia aduanera, mayor de tres años.
- VIII. Exhibir constancia de su inscripción en el Registro Federal de Contribuyentes.
- IX. Aprobar el examen de conocimientos que practique la autoridad aduanera y un examen psicotécnico.

Cubiertos los requisitos, la Secretaría otorgará la patente al interesado en un plazo no mayor de cuatro meses. La patente es personal e intransferible. La Secretaría podrá expedir, a petición del interesado, patentes de agente aduanal que legitimen a su titular para promover únicamente el despacho de mercancías cuyas fracciones arancelarias se autoricen en forma expresa. Para obtener dicha patente se deberá cumplir con los requisitos a que se refiere este artículo.

La tarifa que el agente aduanal suele aplicar por sus servicios es de 0.18% del valor de la exportación. Se recomienda que antes de solicitar los servicios se acuerde tanto los honorarios como otros gastos complementarios; por ejemplo, los trámites relacionados con el despacho de las mercancías exportadas.

En el desaduanamiento de las mercancías de exportación, los documentos que son requeridos por el agente aduanal en términos generales son:

- Factura de embarque, fecha y lugar de expedición, generales del vendedor y comprador, condiciones de la venta, condiciones de pago, descripción de la mercancía, país de origen o procedencia de mercancía, cantidades, pesos y medidas.
- Lista de empaque.

- Documentos de transporte del embarque.
- Documentos para cumplir regulaciones y restricciones no arancelarias.
- Otros: copia del RFC, con homo clave y domicilio fiscal de la empresa, carta de encargo para el embarque de la mercancía, etc.

Hoy en México, no es obligatorio inscribirse ante cámara u organismo de coalición empresarial alguno, motivo por el cual no se exige en ninguna dependencia aduanera, tampoco es requisito para realizar exportaciones. Sin embargo, los empresarios podrán evaluar los beneficios de formar parte de una de ellas, 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.²⁵

La certificación de calidad y cuantificación de mercancías es un trámite que sirve para reducir los riesgos inherentes a las operaciones de comercio exterior ya que se vigila e inspecciona la carga, a fin de asegurar el cumplimiento de las normas pactadas. Las ventajas de estas empresas son:

- Cuenta con una red internacional de experto en diferentes temas técnicos, lo 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 una representación de gobiernos o entidades de corte internacional.
- Brinda una extensa gama de servicios en comercio exterior, entre los que cuenta: supervisión de cantidad, calidad y precio; supervisión de embarque, estiba o descarga; supervisión de temperaturas; control de calidad; supervisión de fumigaciones; supervisión e inspección de embalajes, entre otras.

Con esto no solo se garantiza que el exportador realizará el embarque correctamente, debido a que inspeccionó el producto, su estado y la temperatura con la que se envió, sino que el transportista al estar

²⁵ BANCAMEXT, Guía básica del exportador, Edit. Bancomext, Novena edición, México 2002, Pág. 43

inspeccionado la mercancía, establece un control permanente de temperatura durante el traslado del producto. También se podrá responsabilizar a los agentes que intervengan, tanto particulares como del gobierno, si el producto sufriera daño por un mal manejo. Otra ventaja es que el comprador no podrá argumentar, para no pagar, que el producto llegó en mal estado, ya que habrá una certificación que demuestre que se embarcó y arribó en buen estado, conforme a las condiciones pactadas.

Es necesario recalcar la importancia de la más correcta confección de los documentos, tanto para evitar inconvenientes en el momento de cobrar la exportación como para permitirle al importador despachar a plaza la mercadería sin mayores inconvenientes. Además, es igualmente importante cumplimentar todo lo solicitado por el comprador evitando demoras innecesarias para ambas partes. También se debe tener presente que las entidades bancarias, por cuyo intermedio se realiza el cobro de las exportaciones, tramitan documentos pero no mercancías. Por ello, deben recordarse las disposiciones que sobre documentos comerciales establecen las normas internacionales sobre “Créditos Documentarios”.

Al mencionar los documentos utilizables se hace con la salvedad de que no son únicamente los que se detallan, sino que según sea la índole de la mercancía o producto podrá exigirse alguna otra documentación, principalmente a solicitud de las autoridades administrativas nacionales.

El exportador mexicano debe de considerar que el producto debe de estar garantizado con documentos que permitan evidenciar su propiedad jurídica y su tránsito legal por la aduana del país de origen y la del importador. De igual forma se debe documentar la descripción detallada del producto, su envase y embalaje para facilitar su identificación por la empresa transportista y la aseguradora, los funcionarios de la aduana y el mismo cliente importador.

FACTURA PROFORMA. Es confeccionada por el exportador a objeto de que el importador tenga información clara, precisa y confirmada de la operación a concretarse, en todos sus términos. Debe contener el detalle de las mercancías objeto de la transacción, en cuanto a su

especificación, calidad, cantidad, precio unitario y total, forma de pago, plazo de entrega, forma de facturación, embalajes, marcas, etcétera.²⁶

Se trata en realidad de un presupuesto sobre una operación en gestión, cuando ya se conocen los términos generales de la transacción y, no obstante, el importador desea tener antes de confirmar la compra un anticipo pro forma de la factura definitiva. Tratándose de un pro-forma debe indicárselo clara y expresamente en su encabezamiento para distinguirla de la factura definitiva. No va numerada ni firmada.

FACTURA COMERCIAL. Para fines aduaneros, en México es posible exportar con la presentación de cualquier documento comercial sin que sea estrictamente una factura; no obstante, es recomendable presentarla en términos oficiales para facilitar una devolución de IVA. En el país de destino es necesario que todo embarque se ampare con una factura comercial. Esta se presenta en original y seis copias, con firma autógrafa, en español o inglés y debe de 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,
- Descripción detallada de la mercancía (nombre con el se le conoce a la mercancía, el grado o la calidad, la marca, los números y los símbolos que utiliza el fabricante, relacionando cada renglón con los bultos o la lista de empaque), no debe de contener descripciones numéricas, ambiguas o confusas,
- Cantidades, medidas y peso del embarque,
- Precio de cada mercancía enviada, especificando en tipo de moneda (el valor de la operación debe de expresarse en moneda de inmediata convertibilidad, como dólares estadounidenses) y señalar su equivalente en moneda nacional sin incluir IVA,
- Tipo de divisa utilizada,
- Condiciones de venta de acuerdo a los Términos Internacionales de Comercio utilizados. Los montos por conceptos 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

²⁶ MORENO, José María, Manual del exportador, teoría y práctica, Ediciones Macchi, Pág. 137.

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, estas deben de numerarse consecutivamente.

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 que contienen cada bulto o caja; por ello debe de 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 podrá hacer, sin mayores dificultades, las reclamaciones correspondientes a la compañía de seguros.

En la lista de empaque se indicará la cantidad exacta de los artículos que contiene cada caja, bulto, envase u otro tipo de embalaje. En cada uno se debe de anotar, en forma clara y legible, los números y las marcas que lo identifiquen, mismos que deben de relacionarse en la factura, escribiéndose a un lado la descripción de cada uno de las mercancías que contienen. Se debe procurar empacar junto la mercancía del mismo tipo, ya que esto simplifica la revisión de la aduana, y se evita que ésta sea mas profunda.

Un embarque confuso (que contenga mercancías diferentes en un solo paquete y que no estén debidamente relacionadas) propicia que el funcionario de la aduana, al tratar de establecer la cantidad de un solo tipo de mercancía, verifique todos los bultos o cajas. Ellos genera gastos de maniobra no considerados, lo que aumenta el costo del producto, el tiempo de entrega y los riesgos para el un resguardo de las mercancías. La lista de empaque la elabora el exportador en original y seis copias, se utiliza como complemento de la factura comercial y se entrega al transportista.²⁷

DOCUMENTOS COMPROBATORIOS DE RESTRICCIONES Y REGULACIONES NO ARANCELARIAS. Este es expedido por la autoridad correspondiente en país de origen y destino de la mercancía.

²⁷ Guía básica del exportador, Op. Cit., Pág. 46

PEDIMENTO DE EXPORTACION. Es obligación de quienes exporten mercancías presentar en aduana un pedimento de exportación, en la forma oficial aprobada por la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, por conducto de un agente o apoderado aduanal. Dicho pedimento de exportación se debe de acompañar de:²⁸

- La factura o en su caso, cualquier documento que exprese el valor comercial de las mercancías, de preferencia en dólares estadounidenses.
- Los documentos que comprueben el cumplimiento de las regulaciones o restricciones no arancelarias a la exportación.
- Es recomendable indicar los números de serie, parte, marca y modelo, 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 Secretaría de Hacienda y Crédito Público para los efectos fiscales que correspondan.

Los documentos que se anexan al pedimento debe proporcionarlos el exportador, incluida la carta de encargo o encomienda, en la cual, el exportador girará instrucciones al agente aduanal para que realice el despacho aduanero. En esta debe de establecerse por lo menos los siguientes datos:

Quien confiere el encargo,
A que agente aduanal se le confiere,
Fecha y lugar,
Tipo de mercancía,
Bultos, valor y cantidad,
Régimen aduanero de exportación y
Otras recomendaciones sobre el embarque.

DOCUMENTO DE TRANSPORTE. Es el título de consignación de la empresa transportista, también debe de elaborarse en original y seis copias. En el se indica cuando la mercancía se ha embarcado con un destino determinado y se hace constar la condición en que se encuentra.

²⁸ *Ibíd.*, Pág. 43.

Este documento compromete al transportista a custodiar y enviar la mercancía hasta el lugar de destino, se debe de incluir en la documentación que recibe el importador. Dependiendo del medio de transporte principal que se utilice para que la mercancía salga del país exportador hacia el importador, este documento recibe las siguientes denominaciones:²⁹

- Guía Aérea (Air Waybill) – Transporte Aéreo.
- Conocimiento de Embarque (Bill of Lading) – Transporte Marítimo.
- Carta de Porte – Autotransporte.
- Talón de Embarque – Transporte Ferroviario.

Cualquiera sea el documento, deberá coincidir con la descripción de las mercancías que aparecen tanto en la factura como en la lista de empaque. Este documento constituye además, un elemento válido para deslindar responsabilidades en caso de problemas durante el tránsito de las mercancías. El único de estos documentos de embarque que es negociable es el Bill of Lading, es decir que quien tiene la posesión del documento original, puede reclamar la propiedad de la mercancía y utilizarlo como documento negociable ante otras instancias.

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 algunos de los siguientes siniestros: incendio, explosión, hundimiento, colisión, caída de aviones, volcaduras y descarrilamiento.

Si el cliente lo solicita de manera expresa, la cobertura puede ampliarse a otros riesgos, como robo por bulto (total o parcial), contacto con otras cargas, manchas, roturas, derrame, oxidación y mojadura de agua, ya sea dulce o de mar.

²⁹ FLORES Paredes, Joaquín, Op. Cit., Pág. 138.

Para cubrir riesgos especiales, las empresas aseguradoras realizan un análisis previo y los efectúan 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 u otra variación en la ruta, así como almacenaje en exceso durante su tránsito.

Los seguros tienen vigencia desde el momento en que los bienes quedan a cargo del porteador para su transporte, 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 aduanera terrestre de entrada al país hasta el punto de su destino final, se considera como seguro intermedio o parcial.

3.2 Programas e instituciones de apoyo para la exportación en México

Dentro de la estrategia del desarrollo económico, en México se han diseñado una serie de apoyos para que las empresas puedan participar cada día mas en los mercados internacionales, los principales incentivos a la exportación que se encuentran son:³⁰

Fiscales:

- Las exportaciones se gravan con tasa cero de IVA.
- Devolución de los impuestos de importación (aranceles) que se pago por la importación de insumos incorporados a mercancías de exportación o de mercancías que se retornen al extranjero en el mismo estado (Dra. Back).
- Cuenta aduanera, a través del cual se puede recuperar el impuesto pagado a la importación (aranceles), el IVA, y en su caso, cuotas compensatorias.

Importaciones temporales:

Importación temporal si en el pago de impuestos de importación (aranceles), IVA y, en su caso, cuotas compensatorias en: materias primas, partes, envases y embalajes, maquinaria y complementarios,

³⁰ La clave del comercio exterior, Op. Cit., Pág. 18.

para productos de exportación, lo cual se puede hacer bajo diferentes tipos de programas.

Promocionales y de apoyo:

- ALTEX – Empresas altamente exportadoras.
- ECEX – Empresas de comercio exterior.
- FEMEX – Ferias mexicanas de exportación.

Los mecanismos para que el exportador importe insumos, maquinaria y equipo sin pagar aranceles sirven como una gran ventaja ya que en muchos de los casos el exportador requiere diversos insumos, como materias primas, maquinaria, equipo, envases, instrumentos para el control de calidad, etc., que sólo puede obtener en el mercado externo, estas causas pueden derivarse de:

- ✓ El exportador cuenta con un contrato de maquila de exportación en donde, todo o parte del material que debe utilizar es propiedad del contratante extranjero.
- ✓ Uno o mas de la materia primas necesarias no se fabrican en México o su precio interno es tan alto que repercutiría en el producto final a un grado tal que éste dejaría de ser competitivo.
- ✓ Necesidad de maquinaria que solo se fabrica en el extranjero.
- ✓ Uso de moldes, aparatos de control de calidad o anticontaminante, incluso envases para el producto que solo se obtienen en el exterior, sea por la propiedad intelectual, la marca registrada, el diseño exclusivo, entre otros motivos.

Para todos estos casos el gobierno federal ha establecido una serie de mecanismo que permiten al productor mexicano importar insumos que posteriormente retornarán al extranjero sin pagar impuestos de importación, o bien pagándolo para que luego les sean devueltos.

Con la finalidad de que los productos mexicanos exportados lleguen al mercado de destino a un precio competitivo, el gobierno federal reembolsa (devolución), compensa o acredita IVA que el exportador haya pagado al comprar los insumos utilizados en la fabricación del bien exportado. Por eso es que los productos a la exportación tiene una tasa 0% de IVA, para que la devolución de este se pueda solicitar en caso de haber sido pagados, se requiere:

1. Declaración anual, declaración de pagos provisionales y, en su caso, las complementarias, de dicho ejercicio en donde conste el saldo a favor solicitado,
2. Testimonio del acta constitutiva y un poder notarial del administrador único o el representante legal de la empresa que promueve el trámite; o foto copia de identificación oficial, si se trata de un persona física,
3. Solicitud de devolución a la Administración Local de Recaudación competente, acompañada de la documentación señalada y de la que acredite la personalidad del promovente.

En el caso de la compensación el contribuyente debe dictaminar sus estados financieros y presentar ante la administración local de recaudación que corresponda a su domicilio, dentro de los cinco días siguientes a la presentación de la declaración en la que se hubiera efectuado la compensación respectiva, una copia de dicha declaración, el aviso de compensación, así como los dispositivos magnéticos que contengan la información sobre sus proveedores, prestadores de servicios y arrendadores que representen al menos 95% del valor de sus operaciones y de la totalidad de sus clientes de exportación.

BANCO NACIONAL DE COMERCIO EXTERIOR (BANCOMEXT)

Con objeto de apoyar a las empresas mexicanas que ya exportan, a consolidar o diversificar su presencia en los mercados internacionales, o a las que se inician en esta actividad, Bancomext ofrece a la comunidad del comercio exterior de México, apoyos promocionales, diseñados para atender las necesidades particulares de cada empresa, en función de la etapa del ciclo exportador en que se encuentran. Algunos apoyos promocionales con lo que cuenta son:³¹

- Información: Cuenta con diversas fuentes de información bibliohemerográfica, en medio impreso y magnético, especializados en los diferentes temas de comercio exterior.
- Sistema Mexicano de Promoción Externa (SIMPEX): Se ofrece información sobre los servicios de Bancomext, licitaciones internacionales, directorio de exportadores, estadísticas de comercio exterior en México y parques industriales entre otros.

³¹ *Ibíd.*, Pág. 22.

- Publicaciones: Edita diversas publicaciones en materia de comercio exterior que buscan fomentar la cultura exportadora, promover la oferta exportable, difundir e informar sobre aspectos legales del proceso exportador que intervienen en la exportación.
- Capacitación: Ofrece a la comunidad empresarial en México cursos y seminarios especializados en temas de comercio exterior.
- Asistencia técnica: Tiene como objetivo mejorar la competitividad de pequeñas y medianas empresas exportadoras a través de la solución de problemas en materia de productividad, calidad, diseño de productos y tecnología.
- Asesoría: Proporciona asesoría especializada en materia de segmentos de mercado, selección de canales de distribución, aspectos legales, regímenes arancelarios de exportación, reglas de origen, normas técnicas y requisitos sanitarios.
- Licitaciones internacionales: Se apoya a empresas mexicanas para participar en licitaciones internacionales que se realizan en los diferentes mercados internacionales.
- Servicios de promoción internacional: A través de la red de 37 Consejerías y Módulos Comerciales ubicados en los mercados de los principales socios comerciales de México, se apoyo al empresario mexicano para realizar negocios comerciales y de inversión con empresas extranjeras.

Sus programas se orientan a brindar un apoyo integral al comercio exterior acorde a las necesidades específicas de las empresas como con: capital de trabajo, equipamiento, importación de materias primas y necesidades de fortalecimiento financiero, siendo los apoyos a corto, mediano y largo plazo. Dentro de crédito de exportación a corto plazo destacan los apoyos a los renglones de pre-exportación y venta de bienes y servicio. En el rubro de mediano y largo plazo se incluyen los apoyos de equipamiento para modernizar las instalaciones o llevar a cabo proyectos de inversión. BANCOMEXT promueve el comercio exterior mediante dos modalidades: la promoción global y la promoción selectiva. La primera se refiere al mantenimiento y consolidación de acciones e instrumentos de promoción de carácter permanente para satisfacer las necesidades recurrentes de información, asesoría y apoyo, así como de crédito y de garantías. La segunda consiste en identificar y desarrollar la oferta exportable hacia mercados específicos.

En cuanto a su estrategia de fondeo, se ha observado una diversificación en sus fuentes de recursos, acudiendo a mecanismos de fondeo no tradicional, los cuales representan en la actualidad el 60% del total de sus captaciones de fondos. Dentro de estos destacan la emisión de eurobonos y la negociación de líneas de crédito con instituciones financieras internacionales.

En términos de perspectivas, BANCOMEXT ha iniciado una transición hacia un banco de desarrollo “orientado por el mercado” con capacidad de movilizar recursos y operar rentablemente, incluso en los mercados financieros internacionales fomentando una mayor complementariedad con la banca comercial. Su estrategia de mediano plazo esta guiada por los siguientes principios:³²

- Operar predominantemente como banca de segundo piso,
- Impulsar el financiamiento a mediano plazo,
- Impulsar y proporcionar mas garantías y seguros de créditos a las exportaciones,
- Ofrecer servicios de promoción, asistencia técnica, mecanismos de captación y formación de personal técnico y
- Otorgar líneas de crédito internacional.

En el marco de la apertura comercial orientará su atención a nuevos exportadores, básicamente de la pequeña y mediana empresa para apoyar su competitividad internacional, así como a los bancos medianos cuyo acceso a fondos provenientes del extranjero se encuentran limitados.

Existen también otras cámaras, organismos y asociaciones nacionales que a su vez, proporcionan los mismos servicios que Bancomext, tales como:

- Cámara Nacional de la Industria de la Transformación (CANACINTRA)
- Consejo Mexicano de Comercio Exterior
- Organismo Promotor: Confederación de Cámaras Industriales de los Estados Unidos Mexicanos (CONCAMIN)
- Asociación Nacional de Importadores y Exportadores de la República Mexicana (ANIERM)

³² NACIONAL Financiera, Liberación Financiera y Banca de Desarrollo, Segunda edición, México 1994, Pág. 217.

SECRETARIA DE COMERCIO Y FOMENTO INDUSTRIAL

La Secretaría de Comercio y Fomento Industrial (SECOFI) es una dependencia del Poder Ejecutivo Federal, que tiene a su cargo, la formulación y conducción de las políticas generales de la industrial, comercio exterior, comercio de interior y abasto, así como administración de diversos apoyos en estas materias y la negociación de tratados y acuerdos comerciales en México con el exterior.

A través de las oficinas de la SECOFI, el empresario mexicano puede obtener información y apoyo en diversos aspectos industriales y de comercio exterior, mediante programas e instrumentos tales como:³³

INDUSTRIA MAQUILADORA DE EXPORTACIÓN. El decreto que establece la normatividad para la operación y el fomento de la industria maquiladora de exportación se publicó en el Diario Oficial de la Federación el 1 de julio de 1998. La dependencia responsable de vigilar su cumplimiento es la Secretaría de Economía (SECON). Es un instrumento mediante el cual se permite a los productores de mercancías destinadas a la exportación, importar temporalmente los bienes necesarios para ser utilizados en la transformación, elaboración y/o reparación de productos de exportación, sin cubrir el pago de impuestos de importación, el impuesto al valor agregado, y en su caso, las cuotas compensatorias. Asimismo, para realizar aquellas actividades de servicio que tengan como finalidad la exportación o apoyar a esta:

Los objetivos principales son: crear fuentes de empleo, fortalecer la balanza comercial del país mediante una aportación neta de divisas, contribuir a la evasión tanto de la integración inter-industrial como de la competitividad y de la industria nacional y, aumentar la capacitación de los trabajadores e impulsar el desarrollo y la transferencia de tecnología al país.

Algunos de los beneficios de este apoyo son:

- ✓ Autorización de la Secretaría de Gobernación, para la internación y permanencia en el país mediante una visa especial del personal extranjero administrativo y técnico necesario para el funcionamiento de las empresas maquiladoras.

³³ La clave del comercio exterior, Op. Cit., Pág. 19.

- ✓ De acuerdo con el Reglamento de la Ley para Promover la Inversión Mexicana y Regular la Inversión Extranjera, las empresas maquiladoras de exportación pueden constituirse y operar hasta con un 100% de capital extranjero.
- ✓ Adquirir mercancías en territorio nacional de proveedores nacionales a tasa del 0% del IVA.
- ✓ Tasas especiales en el pago del Derecho de Trámite Aduanero (DTA) al momento de la importación.
- ✓ Exención del pago de Cuotas Compensatorias.
- ✓ Exención del pago del Impuesto al Valor Agregado (IVA) a la importación.

Se autoriza operar un programa de maquiladora a empresas que realicen ventas al exterior superiores a 500,000 dólares o su equivalente en otras divisas, o bien, facturen productos de exportación, cuando menos por el 10% de su facturación total. Debe contar también con sistema informático de control de inventarios.

PROGRAMA DE IMPORTACIÓN TEMPORAL PARA PRODUCIR ARTÍCULOS DE EXPORTACIÓN (PITEX). El decreto que establece el Programa de Importación Temporal para Producir Artículos de Exportación fue publicado en el diario oficial de la federación el 3 de mayo de 1990.

Algunos de los beneficios que este brinda son:

- ❖ Quienes suscriban un PITEX, podrán importar temporalmente: materias primas, partes, componentes, materiales auxiliares, envases, material de empaque, combustible y lubricantes; contenedores y cajas de trailer; herramienta, equipo y accesorios de investigación, de seguridad industrial y productos necesarios para la higiene; maquinaria, aparatos, instrumentos y refacciones para el proceso productivo, equipo de laboratorio, de medición y de prueba de sus productos, y los requeridos para el control de calidad.
- ❖ Podrán adquirir mercancías en territorio nacional de sus proveedores nacionales a tasa del 0% de IVA.
- ❖ Tasas especiales en el pago de Derecho de Trámite Aduanero al momento de la importación.
- ❖ Posibilidad de transferir las mercancías que hubieran importado temporalmente, a otras empresas PITEX o maquiladoras que

lleven a cabo los procesos de transformación, elaboración, reparación o, realizar el retorno de dichas mercancías.

- ❖ Exención del pago de cuotas compensatorias.
- ❖ Exención del pago del Impuesto al Valor Agregado (IVA) a la importación.

Este programa se autoriza a empresas establecidas en el país, productoras de bienes no petroleros que exporten o se comprometan a exportar anualmente por lo menos 500,000 dólares o su equivalente en otras divisas, o bien, facturen productos de exportación, cuando menos por el 10% de sus ventas totales y que quieran importar temporalmente materias primas, partes, componentes, materiales auxiliares, envases, material de empaque, combustible y lubricantes. También se autoriza si la empresa requiere un programa PITEX para importar temporalmente herramienta, equipo, maquinaria, aparatos, instrumentos y refacciones para el proceso productivo, etc., tendrá que realizar anualmente ventas al exterior por un valor mínimo de 30% de sus ventas totales.

PROGRAMA DE PROMOCION SECTORIA (PROSEC). Como una medida de apoyo fiscal de ciertas mercancías se crearon los Programas de Promoción Sectorial. Como su nombre lo indica, estos programas buscan apoyar a ciertas ramas o sectores económico – industriales en donde el país es competitivo. A partir del 14 de noviembre de 1998, al 7 de agosto de 2001, se publicaron en el Diario Oficial de la Federación los decretos por los cuales se establecen diversos Programa de Promoción Sectorial, en los que se especifican las condiciones para sujetarse a dichos programas.

En estos decretos se establece que, todos aquellos productos que cuenten con autorización para operar alguno de estos programas podrán importar definitivamente insumos y maquinaria listados en cada uno ellos, con un arancel menos al general (con tasas que se ubican en 7%, 3%, 5% o exentas) siempre y cuando estos se empleen en la elaboración de mercancías finales listadas en cada Programa.

Para ser beneficiadas de estos esquemas las empresas productores deberán:

- Destinar los insumos o equipos importados bajo el PROSEC únicamente a la producción de los artículos listados en cada programa, en caso de que no fuese así, el productor tendría que pagar el arancel actualizado junto con recargos.

- Utilizar un sistema informático de control de sus inventarios en contabilidad.
- Informar anualmente de las operaciones realizadas al amparo del programa el último día hábil del mes de abril.

Estos programas se destinan a todos los productores nacionales que produzcan artículos finales mencionados en el programa correspondiente a la industria de que se trate. Cada empresa podrá solicitar su inscripción a varios programas. Existe la posibilidad de transferir mercancías importadas bajo el PROSEC entre productores finales y productores – proveedores cumpliendo con los requisitos específicos.

CUENTA ADUANERA. La cuenta aduanera constituye un instrumento financiero que permite a los contribuyentes importar en forma definitiva mercancías que posteriormente se exportarán en el mismo estado pagando el impuesto de importación, IVA y cuotas compensatorias mediante depósito en las instituciones de crédito y casas de bolsa autorizadas. La ventaja de este esquema reside en que una vez que el bien ha sido exportado, el contribuyente podrá recuperar el monto del depósito así como los rendimientos que se hubieran generado a partir de la fecha en que se efectuó el depósito y hasta el momento en el que se cancele dicha cuenta.

DEVOLUCIÓN DE IMPUESTO (DRAW BACK). El decreto que establece la devolución de impuestos de importación a los exportadores se publicó en el Diario Oficial de Federación el 11 de mayo de 1995 y su reforma se publicó el 29 de diciembre de 2000 por ese mismo medio, a fin de hacer frente a los compromisos creados en el marco del Tratado de Libre Comercio de América del Norte.

Bajo este mecanismo, las personas morales que realicen exportaciones definitivas de mercancías pueden solicitar la devolución del arancel causado por la importación de mercancías o insumo incorporados a bienes exportados; o de mercancías que se retornen al extranjero en el mismo estado o que hayan sido sometidas a un proceso de reparación o alteración.

Para que proceda la devolución de un arancel, los exportadores deberán presentar su solicitud de devolución de impuestos de importación a la

SECON dentro de los noventa días hábiles siguientes al día en que se haya realizado la exportación y dentro de los doce meses siguientes a la fecha de su importación. Cabe señalar que en ningún caso procederá la devolución de impuestos de importación si la solicitud se presenta fuera de los plazos señalados. El monto del impuesto general de importación que se devuelve al exportadores será actualizado con base en el tipo de cambio vigente a la fecha en que se autorice la devolución.

EMPRESAS DE COMERCIO EXTERIOR (ECEX). Con el fin de fortalecer la comercialización de productos mexicanos en el exterior se creó el esquema de Empresas de Comercio Exterior. El decreto que regula el establecimiento de este tipo de empresas se publicó en el Diario Oficial de la Federación el 11 de abril de 1997. Quienes constituyen un ECEX tendrán los siguientes beneficios:

- Obtener la Constancia de Empresa Altamente Exportadora.
- Inscribirse en el Programa de Importación Temporal para producir Artículos de Exportación.
- Podrán adquirir mercancías de proveedores nacionales tasa cero de IVA.
- Gozarán de un trato preferencia de Nacional Financiera, que les proporcionará asistencia y apoyo financiero para la consecución de sus proyectos, de acuerdo con la normatividad vigente.
- El Banco Nacional de Comercio Exterior, otorga una reducción del 50% en el costo de los productos y servicios no financieros que dicha institución determine su programa de apoyo integral a esas empresas.

EMPRESAS ALTAMENTE EXPORTADORAS (ALTEX). El decreto para el fomento y la operación de las empresas altamente exportadoras y los que lo reforman se publicaron en el Diario Oficial de la Federación el 3 de mayo de 1990, 17 de mayo de 1991 y de 11 de mayo de 1995. El objetivo primordial es otorgar facilidades administrativas y de financiamiento a las empresas Altex. Algunos de beneficios que otorga son:

- ✓ Devolución inmediata del IVA cuando se tenga saldo a favor,
- ✓ Acceso gratuito al Sistema de Información Comercial administrado por la SECON y Bancomext,
- ✓ Exención del requisito de segunda revisión de las mercancías exportadoras en la aduana de salida, siempre que éstas se hayan despachado en una aduana interior,

- ✓ Posibilidad de nombrar a un apoderado aduanal para varias aduanas y diversos productos, previa autorización de la SHyCP.

Se autoriza este programa a las empresas establecidas en el país, productores de bienes no petroleros que exporten o se comprometan a exportar por lo menos:

- En el caso de exportadores directo, demostrar que se realizan exportaciones por un valor mínimo anual de 2 millones de dólares o el equivalente a 40% de las ventas totales.
- En el caso de exportadores indirectos, demostrar la realización de las ventas anuales de mercancías incorporadas a productos de exportación o exportadas por terceros, por un valor mínimo equivalente a 50% de las ventas totales.

COMISION MIXTA PARA PROMOCION DE LAS EXPORTACIONES (COMPEX). Está reúne a las autoridades que participan en las operaciones de comercio exterior y reciben los planteamientos y las iniciativas de los exportadores para eliminar trabas y restricciones a la exportación, así mismo, en su seno, las autoridades y los exportadores concertan las acciones que permitan fortalecer las ventas en el exterior, apoyar los productos de gran envergadura regional y definir medidas que hagan mucho mas operativos los apoyos al exportador y que agilicen los tramites. En la Compex se proponen las acciones promocionales que se llevarán a cabo en coordinación con los gobiernos de las entidades federativas.

FERIAS MEXICANAS DE EXPORTACION. La base jurídica de las Femex se encuentra en el Diario Oficial de la Federación del 11 de abril de 1997. Su objetivo es fomentar la realización de ferias en el país para promover las exportaciones de mercancías mexicanas a los mercados internacionales.

3.3 Términos internacionales de comercio

Como parte del lenguaje que se maneja en las transacciones del comercio internacional, los Incoterms son una referencia obligada. Su significado son las siglas en idioma inglés de International Commercial Terms (Términos Internacionales de Comercio). Los Incoterms se recopilaron por primera vez en 1936, teniendo enmiendas y adiciones

en los años 1953, 1967, 1976, 1980, 1990; la última versión data de enero de 2000. Las revisiones han tenido el fin de actualizarlos en relación con las prácticas comerciales internacionales. Cuando se cotice o elabore un contrato internacional, se sugiere señalar que el incoterm que se aplica se refiere a la versión 2000.

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 la del comprador en las transacciones comerciales internacionales, por lo que se pueden utilizar en contratos de compraventa internacional.³⁴

Asimismo, los Incoterms delimitan a detalle, los derechos, las responsabilidades y obligaciones entre comprador y vendedor, haciendo una referencia directa al transporte que se utiliza y al lugar donde se entrega la mercancía, estos regulan tres aspectos:

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

El uso de estos términos no implica la transferencia de la propiedad de las mercancías; también si así lo acuerden las partes, se puede aplicar al mercado doméstico.

Los Incoterms se clasifican en dos formas:

Por grupos; esta clasificación se conoce por la primera de las siglas Incoterms, que pueden ser:

- E = Exit (en punto de salida u origen)
- F = Free (libre de flete principal)
- C = Cost (costo de flete principal incluido)
- D = Delivered (entregado en destino)

Por tipo de transporte; los modos de transporte apropiados para el uso de los Incoterms 2000 se clasifican de la siguiente manera:

- A = Aéreo

³⁴ Guía básica del exportador, Op. Cit., Pág. 181.

- M = Marítimo
- O = Cualquier tipo de transporte, (incluyendo aéreo y terrestre)
- T = Transporte terrestre

A continuación se dará una breve explicación de los Incoterms.

EXW: Ex Work (en punto de origen), significa que el vendedor completa su obligación de entrega cuando ha puesto la mercancía dentro de su establecimiento ya sea en su almacén, fábrica u oficina a disposición del comprador. Este acepta todos los riesgos y costos, incluyendo la contratación previa del medio de transporte requerido. En este término, si las partes lo acuerdan y lo plasman en el contrato, el vendedor será responsable de los costos y riesgos que conlleven el cargar los bienes en el transporte que le haya indicado el comprador. No deberá usarse este término cuando el comprador no pueda efectuar directa o indirectamente los trámites de exportación. Este término se aplica a cualquier medio de transporte; para su uso se recomienda que en el contrato o cotización se especifique el lugar acordado en donde se entrega la mercancía.

FCA: Free Carrier (transporte libre de porte), este término indica que la obligación del vendedor termina cuando entrega la mercancía tramitada para su exportación al transporte que designe el comprador en el lugar convenido. El elegir un lugar de entrega tiene un impacto en las obligaciones de carga y descarga de las mercancías, ya que si la entrega ocurre en las instalaciones o locales del vendedor, este es responsable de la descarga. Este término puede ser usado en cualquier modo de transporte, incluyendo el multimodal.

FAS: Free Alongside Ship (libre a un costado del buque), se considera que la responsabilidad del vendedor concluye cuando se ha colocado la mercancía a un costado del buque (puede ser sobre el muelle o en barcas conforme se acuerde) en el puerto de embarque convenido. Este término requiere que el vendedor (exportador) se encargue del trámite y despacho aduanal de las mercancías para su exportación y sólo puede usarse para el transporte marítimo o por vía fluvial. En este se recomienda que se especifique el puerto de embarque acordado en donde se entrega la mercancía.

FOB: Free on Board (libre a bordo), una vez que la mercancía ha sido colocado dentro del barco en el puerto de embarque asignado, termina la

obligación de entrega por parte del vendedor (exportador). El comprador tiene que asumir todos los costos y riesgos por pérdida o daño de las mercancías desde ese punto. Lo anterior implica que éste asuma el riesgo y costo de las maniobras de estiba y de acomodo de las mercancías en el barco. En este término requiere que el vendedor efectúe los trámites de exportación y se usa únicamente para el transporte marítimo y fluvial, se debe de indicar igualmente, el puerto de embarque convenido.

CFR: Cost and Freight (costo y flete), implica que el vendedor debe de pagar los costos y el flete necesario para entregar la mercancía al puerto de destino convenido. No obstante, los riesgos de pérdida y daño de la misma, así como cualquier costo adicional que se genere después del momento en que la mercancía sea entregada a bordo del barco, se transfieren del vendedor al comprador cuando este ha pasado la barandilla del barco en el puerto de embarque. Este término requiere que el vendedor tramite el despacho de exportación y se usa solamente para el transporte marítimo y fluvial, se debe de indicar el puerto de destino.

CIF: Cost, Insure and Freight (costo, seguro y flete), en este término, el vendedor (exportador) tiene las mismas obligaciones que CFR, pero además está obligado a proporcionar el seguro marítimo a cargo y riesgo del comprador en caso de la pérdida o daño de la mercancía durante la travesía. El vendedor contrata y paga la prima de seguro. El vendedor paga el flete y el seguro que está a nombre del comprador, aún así el riesgo se queda en el puerto de origen porque el vendedor no se hace responsable de las mercancías una vez embarcadas. Se requiere que el vendedor realice el despacho de la exportación. Este término se utiliza para transporte marítimo o fluvial, para otro tipo de transporte debe de utilizar el CIP. De igual manera se debe de indicar el puerto de destino para la entrega de la mercancía.

CPT: Carriage Paid to (flete pagado hasta), con éste término, el pago de flete de transporte de la mercancía hasta el lugar convenido corre a cargo del vendedor (exportador). El riesgo de pérdida o daño de los artículos, así como cualquier costo adicional por contingencias posteriores a la entrega al transportista, se transfieren del vendedor al comprador una vez entregada la mercancía. Este término requiere que el vendedor efectúe los trámites de exportación y puede emplearse en

cualquier medio de transporte, incluyendo el multimodal, se debe de especificar el lugar de destino para la entrega de la mercancía.

CIP: Carriage and Insurance Paid to (flete y seguro pagado hasta), el vendedor (exportador) tiene las mismas obligaciones que el CPT, pero además debe de proporcionar el seguro de transporte que ampare el riesgo del comprador de perder la mercancía o de que ésta sufra daño durante su transportación. El vendedor contrata el seguro, paga la prima correspondiente y tramita la exportación de la mercancía. Este término puede aplicarse para cualquier tipo de transporte, incluyendo el multimodal.

DAF: Delivered at Frontier (entregado en frontera), significa que el vendedor (exportador), cumple sus obligaciones cuando la mercancía esta disponible y se ha tramitado su exportación en el punto asignado en la frontera. El término frontera puede ser usado tanto para la frontera del país importador o incluso la del exportador. La mercancía debe de entregarse no descargada antes del despacho de importación pero si las parte los desean, el vendedor puede ser responsable de los riesgo y costos de la descarga / desestiba de las mercancías del transporte, siempre y cuando se indique claramente en el contrato de compraventa. El término se aplica únicamente cuando las mercancías se transportan por ferrocarril o carretera, si son transportados a bordo de un barco tendrán que ser utilizados los términos DES o DEQ.

DES: Delivered Ex – Ship (entregado sobre el buque), el vendedor (exportador) cumple su compromiso cuando la mercancía esta a disposición del comprador a bordo del barco, sin que haya efectuado trámite alguno de exportación en el puerto de destino asignado. El vendedor asume los costos y riesgos por llevar los productos al puerto de destino. Este término se utiliza únicamente para el transporte marítimo y fluvial. Si las partes lo deciden, el vendedor puede asumir los costos y riesgos de descarga de las mercancías del buque, en ese supuesto el término DEQ es el más apropiado.

DEQ: Delivered Ex Quay (entregado en el muelle), significa que le vendedor (exportador) cumple su parte cuando los bienes son puestos a disposición del comprador en el muelle de puerto de destino pero sin ser despachadas en la aduana de importación. El vendedor asume los costos y riesgos relativos a llevar los bienes al puerto de destino y

descargarlos en el muelle. El término DEQ requiere que el comprador tramite la importación pagando aranceles y formalidades del despacho. Si las partes desearan que el vendedor se trate de los trámites y gastos de la importación deberá expresarse claramente en el contrato de compraventa.

DDU: Delivered Duty Unpaid (entregado impuestos sin pagar), el vendedor (exportador) entrega los bienes al comprador sin despachar la importación en el país de destino ni realizar descarga alguna del medio de transporte donde viajan hasta lugar de destino final acordado. El vendedor acepta los riesgos y costos implícitos por llevar los bienes hasta ese punto (que puede ser en la misma aduana de importación o hasta la fábrica o almacén del importador). El comprador debe de asumir los costos de aranceles, derecho a cualquier otro impuesto, así como el trámite relacionado con la importación en la aduana del país de destino; cualquier riesgo y costo causado por falla al no despachar las mercancías de la aduana oportunamente es asumido por el comprador. Este término se emplea independientemente del modo de transporte pero si la entrega de los bienes tiene lugar en el puerto de destino o a bordo de un barco o en el muelle debe emplearse los términos DES o DEQ.

DDP: Delivered Duty Paid (entregado con impuesto pagado), con este término el vendedor finaliza su responsabilidad cuando la mercancía está a disposición en el lugar asignado del país de importación. El vendedor debe asumir todos los riesgos y costos incluyendo aranceles, impuesto y otros gastos para la entrega de la mercancía, con los trámites aduaneros efectuados para su importación. Este término no debe de usarse cuando el vendedor no pueda obtener el permiso de importación. Si las parte acuerdan que el comprador acepte todos los riesgos y costos del trámite de importación de la mercancía y del pago del arancel, debe de utilizar el término DDU. Si las partes desean eximir al vendedor de hacer algunos gastos inherentes a la importación de los artículos tales como: el IVA, deberá aclararse en el contrato de compraventa. Se usará en cualquier medio de transporte, aunque si la entrega de las mercancías tiene lugar en una puerto, muelle o a bordo de una barco entonces se deberá de usar los términos DES o DEQ.

CAPITULO 4

ANALISIS ESTRATEGICO DE LA EMPRESA CON PERFIL EXPORTADOR

Hoy, en día las empresas interesadas en incursionar en el mercado mundial, así sea un país o ciudad extranjera en particular, no pueden hacerlo sólo llevadas por su buen olfato para los negocios, a ojos cerrados a cualquier país, sin el riesgo de consecuencias desastrosas para la empresa. Por otra parte, hay quienes se dicen exportadores porque venden su producto a un intermediario que se les compra a las puertas de su empresa y este es quien realmente lo coloca en el mercado externo, mientras que el productor no tiene la menor idea de cuáles son las mejores condiciones en las cuales puede exportar su producto ni de cómo está llegando este a los consumidores finales.

Para quienes convertirse en exportadores sólidos y exitosos, es importante poder contar con una estrategia exportadora y el punto de partida es contar con un análisis estratégico de la empresa. Este análisis no sólo abarca el aspecto financiero y desarrollo del proyecto, sino a su vez se debe de tomar en cuenta el analizar el proceso productivo de la mercancía que se llevará al mercado mundial, teniendo presente los factores que de alguna manera repercutirán el producto final.

4.1 Aspectos del proceso productivo

Según datos oficiales, el 35% de la población en México (35 millones de personas) habita en zonas rurales y más de la mitad de este porcentaje

se concentra en poblaciones con menos de 2.500 habitantes. Una de las principales actividades de esta población es la agricultura, donde el cultivo representa cerca del 55% del área total sembrada a nivel nacional (INEGI- SEMARNAT, 1997). De esta superficie, el 85% se localiza en zonas de temporal en donde las unidades productivas se distribuyen en pequeñas fincas de menos de 5 hectáreas, que se caracterizan generalmente por ser terrenos de ladera con suelos de mala calidad y condiciones de alta incertidumbre climática.

Lo anterior sugiere que la mayor parte de la producción agrícola en México, está en manos de pequeños agricultores que mantienen sistemas de producción tradicionales, adaptados a condiciones agroecológicas generalmente adversas para la producción de cultivos más rentables. Los sistemas tradicionales se caracterizan por la aplicación de prácticas tales como, la preservación de semillas locales o criollas mantenidas por generaciones, fertilización orgánica o mixta, tracción animal, empleo de mano de obra familiar, periodos de descanso entre barbechos, entre otras. Esto representa sistemas de producción de bajos insumos externos que se mantienen gracias al conocimiento heredado por generaciones y a la estrecha relación que aún existe entre la familia y la unidad productiva. Sin embargo, estos sistemas han ido desapareciendo debido al deterioro de la economía local y regional causado, entre otros factores, por las políticas neoliberales en el país.

Ante el proceso mundial de globalización es de primordial interés conocer los aspectos involucrados en el proceso de comercialización encaminada al comercio nacional e internacional, de manera tal que se conozca la participación y las posibilidades de México ante tal tendencia mundial.

México es un país privilegiado al poseer vastas extensiones de tierra en zonas con clima cálido que permite la producción de frutas tropicales de alta calidad. La demanda nacional y mundial de productos agrícolas se ha incrementado en los últimos años, posicionando a México como uno de los principales productores y exportadores de diversos frutos tal como lo es el aguacate. Lo anterior ha sido potenciado después del inicio del Tratado de Libre Comercio de Norteamérica, ya que México es el único de los tres países involucrados con capacidad para satisfacer la demanda de frutas tropicales de los Estados Unidos de América y Canadá.

El desarrollo de la industria del aguacate en México, en los últimos años se ha incrementado notablemente aunque existan dos corrientes en virtud del destino de la misma; por un lado, hay quienes opinan que es una industria incipiente, mal organizada y que esta sobre saturada por los aumentos en la superficie destinada para la producción de esta fruta, lo cual se representa en baja rentabilidad por el bajo precio de venta en un mercado saturado. Por otra parte, existe la opinión de que la industria aguacatera es muy pequeña si, pero con grandes oportunidades de desarrollo sobre todo con la diversificación de mercados y presentación final del producto, es decir no limitarse únicamente a la venta de producto en fresco, si no también enfocar esfuerzos a la comercialización de productos procesados.³⁵

A nivel nacional, son 29 estados que se dedican a la producción del aguacate, sin embargo, la explotación de aguacate a nivel comercial se practica solo en 16 Estados (Sánchez y Rubí, 1995), entre los que participan Michoacán, Puebla, Chiapas, Estado de México, Veracruz, Jalisco, Nayarit, Morelos, Guanajuato, Guerrero, Sinaloa, entre otros.³⁶

El principal Estado productor a nivel nacional y, además a nivel internacional, es Michoacán aportando el 77.65 % de la producción nacional. Actualmente este estado cuenta con una superficie cultivada de 90 000 ha, predominando la variedad Hass con 98 %. De esta superficie, el 5 % se encuentra en desarrollo y el resto en plena producción obteniendo alrededor de 900 000 ton, lo que nos indica que Michoacán participa con el 72 % en superficie cultivada y con el 77.65 % en la producción (Martínez, 1997)

La producción de aguacate no termina en la cosecha, el productor genera la materia prima que debe ser empacada y/o procesada,

³⁵ ZAPATA A. G. Reporte del viaje de estudios del personal de la Fundación a la región aguacatera del Estado de Michoacán. Fundación Salvador Sánchez Colín CICTAMEX, S.C. Coatepec Harinas, Méx. p. 24.

Véase: http://www.avocadosource.com/Journals/CICTAMEX/CICTAMEX_1998-2001/cictamex_1998-2001_TOC.htm

³⁶ MARTINEZ B., R. 1997. La producción nacional de aguacate y su importancia en el mercado internacional *In*: Memoria del VI Curso de aprobación Fitosanitaria en el manejo del aguacate. Facultad de Agrobiología Uruapan Michoacán. Véase: http://www.avocadosource.com/Journals/CICTAMEX/CICTAMEX_1998-2001/cictamex_1998-2001_TOC.htm

almacenada y transportada antes de ponerla a la disposición del consumidor, por lo que la comercialización es la fase final de la producción.

La comercialización es el punto que une a productores y consumidores, indudablemente y a pesar de los bajos precios, el mercado interior del aguacate es una variable clave en la estrategia productiva y comercial. Asimismo, el proceso que requiere el aguacate en el mercado interno, no presenta grandes dificultades ya que el tiempo que dura desde el corte hasta su madurez óptima para el consumidor varía de 10 a 14 días, tiempo más que suficiente para trasladarlo desde su origen hasta cualquier parte del país.³⁷

En México, los Estados productores colocan sus cosechas en los principales centros de consumo a saber: Distrito Federal, Monterrey, Torreón, Guadalajara, Cd. Juárez y Culiacán; siendo el primero, el principal centro de acopio. Cabe mencionar que estos centros también actúan como redistribuidores hacia otras ciudades del interior del país (Zapata, 1997).

Por lo general en nuestro país, la cosecha se comercializa en forma individual, aunque en algunos casos los productores se han integrado en Asociaciones (ASEAM y AGUAMICH), Cooperativas (CUPANDA, entre otras) y Sociedades Anónimas (MISSION, PUREPECHA, SAN LORENZO, CHIQUITA, entre otras), que realizan operaciones de exportación y mejoran en general los precios del producto en el mercado. A pesar del alto consumo interno, en los últimos años se pudo observar una tendencia hacia el aumento de los volúmenes exportados en respuesta a los atractivos precios que ofrece en mercado internacional y a las buenas condiciones climáticas que favorecen los rendimientos de los cultivos. Esto ha motivado a los productores mexicanos a mejorar el estado fitosanitario para tener un mejor acceso a los mercados extranjeros.

Una gran ventaja comparativa que presenta el comercio del aguacate ante el mercado internacional, es que este se torna cada vez más

³⁷ SANCHEZ C., S. y M. RUBI A. 1995. Panorama de la agroindustria del aguacate en México. Folleto No. 275. Fundación Salvador Sánchez Colín. Véase :

http://www.avocadosource.com/Journals/CICTAMEX/CICTAMEX_1998-2001/cictamex_1998-2001_TOC.htm

dinámico y al no existir proveedores confiables a mediano y largo plazo, México asegura la venta de su producción.

Asimismo, en México se realiza la industrialización de aguacate para exportación y, el procesamiento de la pulpa de aguacate se contempla como una alternativa para los periodos de máxima cosecha, a fin de comercializar todo el producto y también poder abastecer al mercado en época de escasez.

Esto también encamina al productor a disponer de estrategias de corto, mediano y largo plazo para mantener e incrementar la competitividad de la fruticultura en el mercado nacional e internacional.

Existe el consenso que la investigación y desarrollo de nuevas tecnologías deben de enfocarse a la solución de problemas prácticos que beneficien directamente a los distintos niveles de la cadena productiva, particularmente al productor.

El objetivo principal de un proceso de producción es invariablemente el mejoramiento de la competitividad del producto agrícola mediante la solución de problemas específicos o el desarrollo de nuevas tecnologías, con especial cuidado de que la tecnología generada no cause desequilibrios ecológicos y sea inocua para el ser humano.

Artículo I. Las demandas específicas en un proceso de producción son:

1. Control y biología de plagas. Es de primordial interés la identificación de métodos de control biológico y químico, incluyendo la colección y evaluación de enemigos naturales con potencial para ser usados en un programa de manejo integrado de plagas.
2. Desarrollo de tecnología de fertilización de sitio específico para huertos sin riego, que mejore la productividad, reduzca la alternancia productiva y evite la contaminación de los mantos acuíferos.

3. Desarrollo de estrategias genéticas (porta injertos y/o cultivares), culturales (podas) o químicas (reguladores del crecimiento) para adelantar la fecha de cosecha.
4. Desarrollo de procesos que permitan que un determinado producto agrícola no sea sólo de temporal.
5. Elaboración de procesos referentes a la cosecha, que sean manejados los productos agrícolas de la mejor manera y sin riesgo a ser dañados durante esa actividad.
6. Determinación del lugar de almacenaje de los productos agrícolas una vez hecha la cosecha, para evitar el deterioro inmediato de estos.

4.2 Análisis contable y financiero

El análisis contable y financiero en una organización que esta apunto de aventurarse en el gran mundo de la exportación, es de suma importancia, ya que no solo basta el hecho de ver la cantidad numérica contenida en dichos estados para confiarse de que la empresa esta altamente preparada para enfrentar los problemas y aprovechar al máximo las oportunidades que se presenten durante el proceso de exportación, sino que se tiene que hacer un examen exhaustivo de estos, para tener la certeza de que la empresa cuenta con medios necesarios para tener éxito en esta actividad.

La base de este análisis lo constituyen los estados financieros, ya que estos documentan en términos generales el flujo de bienes y servicios hacia la organización, dentro de esta o hacia fuera. Los preparan los contadores y lo constituyen el registro contable de la empresa. Son la manera de controlar tres condiciones principales de una organización: su solvencia (su capacidad para convertir activos en dinero para así atender de la mejor manera las obligaciones financieras corrientes); su estado financiero general (el equilibrio a largo plazo entre la deuda y el patrimonio (los activos después de deducir sus pasivos); y su rentabilidad (la capacidad de realizar utilidades permanentemente y en un largo periodo de tiempo.

Los estados financieros se preparan para indicar que hechos han ocurrido desde el último informe dado. El periodo a que se refiere puede ser del último año o trimestre, o del mes anterior, dependiendo de las políticas internas de cada organización.

Los estado financieros principales son:

- Estado de situación financiera,
- Estado de pérdidas y ganancias y
- Estado de cambios en la posición financiera

Se define por lo tanto que los estado financieros sirven de base para la toma de decisiones dentro de una organización. No se debe de olvidar que las mejores decisiones son aquellas que son tomadas con pleno conocimiento de los hechos, antecedentes y posibles consecuencias de aquello que se va a decidir.

Aunque en ocasiones conociendo todo el entorno del hecho, es fácil equivocarse y tomar una decisión incorrecta, este riesgo se reducirá al mínimo cuando se tenga en las manos todos los elementos de juicio para poder decidir.

Lo anterior es aplicable también en el mundo de los negocios ya que para conocer profundamente una empresa es necesario hacer un examen exhaustivo de sus estados financieros, desglosarlos, reducirlos a su mínima expresión y hacer pruebas para estar seguros de que lo que se dice en ellos es correcto. Una vez en este punto, se tendrán elementos y se estará en posibilidad de tomar decisiones de calidad, acertadas y con un riesgo mínimo, las cuales serán útiles en la planeación y estrategias a seguir. Para realizar este análisis se cuenta con un método objetivo de estrategia financiera que es:

Método de razones y proporciones financieras

Consiste en efectuar comparaciones entre las distintas cifras de los estados financieros, con el objeto de definir o determinar la situación crediticia de la empresa; su capacidad de pago a corto y largo plazo; su capital de trabajo y capital neto; periodo de recuperación de ventas; periodos de rotación de inventarios; rendimiento de inversiones; etc.³⁸

³⁸ LEVI, Haime, Planeación financiera en la empresa moderna, Ediciones ISEF, México 2000, Pág. 50.

RAZONES DE LIQUIDEZ

Se llaman razones de liquidez, porque se tiene la relación existente entre las fuentes de efectivo inmediato (activo circulante) con las necesidades de pago inmediato (pasivo a corto plazo). Liquidez es la capacidad de pago que tiene una empresa para cubrir sus necesidades a corto plazo.

1._ Razón circulante. Indica los pesos disponibles de activo circulante con los que se cuenta para el pago de los pasivos a corto plazo.

2._ Razón ácida o inmediata. Son pesos de activo disponible (casi inmediato) con que cuenta para el pago de pasivos a corto plazo.

RAZONES DE SOLVENCIA O ENDEUDAMIENTO

Dentro del marco de las finanzas, solvencia significa la capacidad de pago que tiene una empresa a largo plazo, a lo que es lo mismo, la capacidad que tiene una empresa para hacer frente a sus obligaciones a largo plazo. A las razones de endeudamiento también se les conoce con el nombre de razones de apalancamiento; por endeudamiento se entiende el nivel de recursos externos invertidos, estas razones por lo tanto arrojan el índice de ayuda externa utilizada respecto de la inversión realizada por los propios accionistas de la empresa.

1._ Pasivo total o activo total. Representa el por ciento de endeudamiento total que tiene la empresa, ya que compara el pasivo total con el activo total, siendo este el total de recursos que tiene la empresa en operación.

2._ Capital contable o activo total. Muestra el porcentaje que del total de recursos detentan los accionistas de la empresa.

3._ Pasivo total o capital contable. Mide la participación de terceros en la empresa respecto de la inversión de los propios accionistas.

RAZONES DE ACTIVIDAD

En una época altamente inflacionaria y conflictiva, este tipo de razones y proporciones cobra mayor relevancia, ya que por el simple hecho de dar vuelta al dinero velozmente se pueden eliminar costos o bien,

incrementar utilidades. Cuando la escasez del dinero es un mal crónico en la economía y, además, caro exceso, la velocidad con que este se recupere y la rapidez con la que se conviertan en efectivo otras inversiones circulantes, dará la pauta para una generación mayor de utilidades. Asimismo, estas razones financieras evalúan la velocidad de recuperación de los distintos activos.

1._ Rotación de cartera o de cuentas por cobrar. Representa el número de días que se requieren para convertir las cuentas por cobrar en efectivo. Es importante utilizar el promedio de cuentas por cobrar para evitar la estacionalidad de las operaciones que afecta el saldo por cobrar de un mes respecto del otro.

2._ Rotación de activo fijo. Representa el número de veces de cada peso de activo fijo que generó de ventas netas; una empresa de alta productividad será aquella que genere mas pesos de inversión de activos fijos.

3._ Rotación de activo total. Esta es una prueba similar a la anterior, con la diferencia de que se refiere a las ventas generadas por cada peso de activo total invertido en la empresa.

RAZONES DE RENDIMIENTO

Para los accionistas de la empresa estas son las pruebas más importantes, ya que se refieren, fundamentalmente, al rendimiento o utilidades generadas por la inversión que mantienen en la misma.

1._ Rendimiento sobre la inversión. Este muestra el porcentaje de rendimiento sobre la inversión hecha por los accionistas acerca del capital.

2._ Rendimiento del activo total. Es el porcentaje de rendimiento o utilidad generada por la inversión total que se mantiene en la empresa, sin importar de donde han provenido los recursos invertidos.

3._ Utilidad neta contra ventas netas. Es el porcentaje de utilidad neta después de impuestos y participación, generada por cada peso vendido. Mide la eficiencia con que la empresa ha logrado uno de sus objetivos.

4.3 Análisis de FODA

FODA (en inglés SWOT), es la sigla utilizada para referirse a una herramienta analítica que permite trabajar con toda la información que se posee sobre la empresa, útil para examinar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas.

Este tipo de análisis representa un esfuerzo para examinar la interacción entre las características particulares de la empresa y el entorno en cual esta compete. El análisis de FODA tiene múltiples aplicaciones y puede ser usado por todos los niveles de la corporación y en diferentes unidades de análisis tales como producto, mercado, producto – mercado, línea de productos, corporación, empresa, división, unidad estratégica de negocios, etcétera. Muchas de las conclusiones obtenidas como resultado del análisis de FODA, son de gran utilidad en el análisis del mercado y en las estrategias de mercado que se diseñen posteriormente y que califiquen para ser incorporadas en el plan de negocios.

El análisis de FODA debe enfocarse solamente en los factores clave para el éxito del negocio. Debe de resaltar las fortalezas y debilidades diferenciales internas al compararlo de manera objetiva y realista con la competencia y con las oportunidades y amenazas claves del entorno.

Lo anterior significa que el análisis de FODA consta de dos partes: interna y externa.

La parte interna tiene que ver con las fortalezas y debilidades del negocio, aspectos sobre los cuales se tiene algún grado de control. La parte externa mira las oportunidades que ofrece el mercado y las amenazas que debe de enfrentar el negocio en el mercado seleccionado. Aquí se tiene que desarrollar toda la capacidad y habilidad para aprovechar esas oportunidades y para minimizar o anular esas amenazas, circunstancias sobre las cuales se tiene poco o ningún control directo.

En las fortalezas y debilidades se deben de considerar áreas como:

- ✓ Análisis de recursos. Capital, recursos humanos, sistemas de información, activos fijos, activos no tangibles.

- ✓ Análisis de actividades. Recursos gerenciales, recursos estratégicos, creatividad.
- ✓ Análisis de riesgos. Con relación a los recursos y a las actividades de la empresa.
- ✓ Análisis de portafolio. La contribución consolidada de las diferentes actividades de la organización.

Al evaluar las fortalezas de una organización, se debe de tener cuentas que éstas se pueden clasificar en:

- Fortalezas organizacionales comunes. Cuando una determinada fortaleza es poseída por un gran número de empresas competidoras. La paridad competitiva se da cuando un gran número de empresas competidoras están en capacidad de implementar la misma estrategia.
- Fortalezas distintivas. Cuando una determinada fortaleza es poseída solamente por un reducido número de empresas competidoras. Las empresas que saben explotar su fortaleza distintiva, generalmente logran una ventaja competitiva y obtiene utilidades económicas por encima del promedio de la industria.
- Fortalezas de imitación de las fortalezas distintivas. Es la capacidad de copiar la fortaleza distintiva de otra empresa y de convertirla en una estrategia que genera utilidad económica.

La ventaja competitiva será temporalmente sostenible, cuando subsisten después que cesan todos los intentos de imitación estratégica por parte de la competencia.

Al evaluar las debilidades de la organización, se debe de tener en cuenta que se esta refiriendo a aquellas que le impiden a la empresa seleccionar e implementar estrategias que le permitan desarrollar su misión. Una empresa tiene una desventaja competitiva cuando no esta implementando estrategias que generen valor mientras otras firmas competidoras si lo están haciendo.

Algunas áreas que se analizan para identificar las oportunidades y amenazas son:

- Análisis del entorno. Estructura de su industria (proveedores, canales de distribución, clientes, mercados, competidores).

- Grupos de interés. Gobierno, instituciones públicas, sindicatos, gremios, accionistas, comunidad.
- El entorno visto en forma más amplia. Aspectos demográficos, políticos, legislativos, etcétera.

La estrategia para superar las debilidades de la empresa, para mejorar sus fortalezas, enfrentar las amenazas del entorno y aprovechar las oportunidades, constituirá la estrategia competitiva de la misma. Será particularmente importante que de este autoanálisis la empresa llegue a detectar los puntos o áreas donde pueda obtener ventajas competitivas, aquellos puntos que le permitan una ventaja adicional o margen competitivo que la pueda colocar por encima o delante de las demás.

4.4 Manual de exportación

El mejor momento para exportar no es solo cuando la empresa evalúe su capacidad de diseño, programación, producción, etcétera, sino mejor aún, cuando tenga las bases sólidas de los procedimientos que se deben de llevar a cabo, esto es, todo conforme a las exigencias del mercado internacional.

Numerosas investigaciones han demostrado que los principales puntos de debilidad en la empresa con relación al mercado internacional, son:

- Falta de información,
- Desconocimiento del apoyo a las exportaciones,
- Desconocimiento en la exportación,
- La dificultad para adaptarse a otras culturas,
- Estructuras inadecuadas.

Antes de iniciar el vuelo, es oportuno considerar cuales son las barreras o dificultades que deben enfrentarse. Si se conocen, se tiene más posibilidades de superarlas.

A. Decisión de exportar

Un número creciente de empresas mexicanas, particularmente medianas o pequeñas, o bien ya exportan y desean diversificar mercados, o bien desean incursionar por primera vez en los mercados internacionales.

Algunas de las motivaciones que empujan a miles de empresas a decidirse a participar en el mercado internacional son:³⁹

- ❖ Necesidad de operar en un mercado de volúmenes que garanticen una dimensión industrial de la empresa.
- ❖ Pedidos casuales de importadores talvez conocidos a través de una feria o una misión en el exterior.
- ❖ Dificultades de venta en el mercado interno.
- ❖ Posibilidad de precios más rentables a productos que el mercado interno no valoran de manera suficiente, tales como artesanías.
- ❖ Alargamiento del ciclo de vida de un producto, los cuales alcanzaron su madurez o inclusive iniciaron su fase de declive en el mercado interno, son exportados a mercados donde el nivel tecnológico general es inferior.
- ❖ Para mejorar la imagen con proveedores, bancos y clientes.
- ❖ Puede equilibrarse contra la entrada de competidores en el mercado interno.
- ❖ La puntal elección de la política de desarrollo de la empresa.

Por una serie de razones, comprensibles, pero no por ello necesariamente acertadas, cuando una empresa desea exportar piensa primero en el mercado de América del Norte y después el mercado europeo. A parte del hecho de que se recibe más información general de estos países y de que puede resultar placentero el programar una visita de trabajo a alguna ciudad de un país desarrollado, se parte del supuesto de que sólo en estos mercados hay capacidad de compra, seriedad para el pago y en general posibilidades reales de hacer negocios.

Con esta perspectiva muchas empresas, sin mayor análisis, profundizan sus opciones en exportar hacia esos países y no exploran si quiera los mercados por ejemplo de América Latina. Esto contribuye a bloquear la

³⁹ MINERVINI Nicola, Manual del exportador (La ingeniería de la exportación), México 2003, Mc Graw Hill, Pág. 5.

posibilidad de obtener conocimiento sobre mercados posibles o quizás mas al alcance de las manos.

La capacidad de compra de los países desarrollados es tal que, si la mayoría de las empresas mexicanas que procuran incursionar en estos mercados lograran sus objetivos, no existirían incentivos reales para mirar a países de América Latina, por ejemplo. De hecho la mejor recomendación para una empresa que logra un cliente en algún país desarrollado, es que cuide y haga crecer su relación con el mismo. Sin embargo, un número importante de potenciales exportadores no logran o ni siquiera intentan, por diversas razones, ingresar en los países desarrollados.

Para aquellas empresas que desean iniciar o diversificar exportaciones, el lugar natural para iniciar sus esfuerzos lo más viable sería que fuera en países en donde exista similitud en la dimensión de los mercados, similitudes culturales, escala de las empresas, seriedad, normatividad, entre otras. Sin embargo, esto no garantiza el éxito de la empresa en el mercado internacional.

La decisión de exportar debe de estar basada en un estudio estratégico que permita al exportador, a través de los resultados obtenidos, identificar su capacidad para enfrentarse al mercado internacional. Este estudio debe contener al menos aspectos relacionados con:

- El exportador debe de tener la seguridad de contar con ventajas relativas en el abastecimiento del producto a exportar o en las materias primas o insumos necesarios para producir la mercancía que se pretende exportar. Los productos finales, las materias primas, productos intermedios y otros insumos, los debe obtener en condiciones de precio, confiabilidad y calidad análogas a las de la competencia internacional.
- La calidad del producto que ofrece el exportador deberá ser la requerida por los mercados externos y a lo menos, similar a la ofrecida por la competencia.
- Sobre la capacidad productiva para exportación: Debe de estar seguro que lo ofrecido es lo que realmente sé esta capacitado para producir en forma estable y continua, para los efectos de cumplir con una demanda externa, sin tener que postergar el mercado nacional.

- El potencial exportador deberá contar con los medios para movilizar internamente, almacenar y embarcar el producto a exportar.
- Deberá asegurarse que el producto cumpla con las especificaciones requeridas por el o los mercados de destino para su ingreso.
- El exportador debe de tener un estudio previamente de que el producto no se encuentre protegido por barreras arancelarias muy elevadas o que el producto ofrecido por la competencia este favorecido por un tratamiento preferencial.
- Que el recargo sobre el valor FOB, por concepto de transporte hasta el mercado elegido (flete), no represente una desventaja frente a proveedores de otros países.
- Que el producto no este demasiado expuesto, a ser desplazado por productos similares de uso alternativo.
- Para que las decisiones tomadas por el exportador durante la actividad no sean erróneas y tengan un mínimo margen de error, estas deben de estar basadas en una información macro del universo que debe de estar a disposición. Evidentemente sin tener la pretensión de ser un cuadro completo pues en realidad es muchísima la información que se maneja en un proceso de exportación, sin embargo se tendrá una base para desarrollar un propio cuadro de acuerdo con la particularidad del producto y empresa. Sólo por mencionar algunos tipos de información básicos que el exportador debe de tomar en cuenta son:⁴⁰

- ✓ Imagen del país exportador en el exterior
- ✓ Exportaciones del producto por competidores locales
- ✓ Oportunidades de exportación
- ✓ Investigaciones de mercado ya existentes
- ✓ Acuerdo internacionales (TLC, UE, MERCOSUR, etc.)
- ✓ Normas técnicas relacionadas con el producto
- ✓ Legislación de importación al país de interés
- ✓ Perfil de mercado
- ✓ Posibles financiamientos

⁴⁰ Ibíd., Pág. 43.

- Que la empresa en todos los niveles de la misma se encuentre capacitada para el mejor aprovechamiento de los recursos a invertir en la exportación.

B. Gestión de mercado

El estudio de mercado trata de determinar el espacio que ocupa el bien a exportar en un mercado específico. El espacio se refiere a:

- La necesidad que tengan los consumidores actuales y potenciales del producto a exportar en el área delimitada.
- Se deben de identificar a las empresas productoras o comercializadoras del mismo producto a exportar, y las condiciones en las que se está suministrando en el mismo mercado.

El estudio de mercado busca probar que existe un número suficiente de consumidores, empresas y otros entes que en determinadas condiciones presentan una demanda que justifican la inversión en un programa de producción para exportación.

El exportador deberá de conocer ciertos antecedentes sobre el comercio internacional del producto a exportar; volúmenes transados; países importadores, países productores y exportadores; evolución de los precios; tendencias del mercado; calidades exigidas; canales de distribución en el o los mercados elegidos, etcétera.

En la práctica al inicio de las operaciones de exportación, pocos hacen una investigación para seleccionar el mercado (o mercados) más oportunos a la capacidad exportadora. El inicio es casi siempre una reacción a estímulos, como una carta, un pedido inesperado, una feria, en fin más improvisaciones y menos programación.

Una forma más completa de seleccionar un mercado es elaborando una investigación del mismo, que permita obtener una visión lo bastante amplia del mercado seleccionado. Algunos puntos estratégicos que debe de contener esta investigación son:⁴¹

⁴¹ Ibid., Pág. 64

- Investigación macro del país al cual se desea exportar, esta debe de contener información sobre las características tales como superficie, clima, cultura, etcétera.
- Información acerca del funcionamiento del mercado en el país elegido a exportar, como eventuales alternativas de clasificación en diferentes nomenclaturas, cuadro de la economía, y los intercambios existentes en el país exportador.
- Información sobre importaciones que realiza dicho país, certificados exigidos de aprobación, estadísticas de importaciones y principales países de origen.
- Niveles de precios que se desenvuelven en el mercado seleccionado.
- Las formas de acceso al mercado que pueden ser: directas, en donde el exportador se hace cargo de contactar directamente al importador, esto permite un mayor grado de control con ventajas como, conocimiento mas directo del mercado, influencia directa en la selección de los colaboradores, control de flujo más regular de ventas, entre otras; indirectas, aquí el exportador tiene la gran ventaja de realizar contactos con los importadores sin salir del país, a través de los agentes de compras; y, mixtas, que es una de las formas mas antiguas de compra venta, de hecho existió antes de la invención de la moneda y se trata del trueque, compra de regreso o compensación.

En el entorno de los mercados el término globalización es cada vez mas utilizado, y la clave para ocupar un lugar en este panorama competitivo global es sin duda la información, de tal forma que esta debe de ser continua, permanente, confiable y precisa. Ya que este es un instrumento básico para el análisis del estudio de la selección del perfil de mercado. Por lo tanto el ejecutivo internacional deberá de desarrollar una percepción del desenvolvimiento del avance en el complejo mundo del comercio internacional.

Con lo anterior se concluye que las principales etapas para la selección de mercado son:⁴²

⁴² *Ibíd.*, Pág. 150

- Determinación de las exigencias del exportador, estos, se tienen que trazar objetivos para la exportación y principalmente definir el perfil de la contraparte.
- Determinación de las fuentes de información, ya que es vital, especialmente en el mercado internacional en donde las variables son muchísimas. Por lo tanto la calidad y cantidad de información deberá ser seleccionada cuidadosamente.
- Selección y evaluación de las formas de ingresos a un mercado.
- Encuentros y procedimientos de trabajo. Una vez que se tiene una gama de candidatos y se ha estudiado las relativas referencias, solicitudes de plan de acción, debe de definir con la contraparte seleccionada un plan de trabajo.

C. Contratos en el mercado internacional.

Existen diversas formas contractuales para desarrollar actividades de comercio internacional: de compraventa, que comprende una sola transacción; de suministro, que puede incluir entregas repetidas de un producto en el marco de un solo contrato; de comisión, por medio de una representación o distribución mercantil; de licencia, para el uso o explotación de una patente o una marca; y de prestación de servicios.

Antes de realizar una operación, el exportador debe negociar los términos y condiciones contenidas en su forma escrita, ya que incluyen cláusulas que nunca se mencionan en otros documentos como un pedido en firme, una factura, un conocimiento de embarque, cartas de crédito y otros papeles tradicionales.

En la fase misma de los primeros encuentros es recomendable utilizar un documento llamado Carta de Intención. Este documento tiene la finalidad de formalizar algunas decisiones y de reglamentar la forma de conducir las negociaciones.⁴³

Las cartas de intención pueden ser de cuatro tipos:

1. Cartas en donde se describen los objetivos de las negociaciones entre las partes y se indique el procedimiento para conducir la negociación, fijando el plazo.

⁴³ *Ibíd.*, Pág. 282

2. Cartas más sencillas en donde se enumeren solamente algunos aspectos que las partes quieran colocar en la negociación.
3. Cartas que establezcan precisos deberes y responsabilidades de ambas partes (como por ejemplo, no negociar contemporáneamente con otros, mantener información confidencial y la misma negociación).
4. Cartas que definen exactamente a que punto llegó la negociación.

Los puntos principales que deberá contener una carta de intención son:

- ✓ Declarar los motivos que llevaron al inicio de las negociaciones.
- ✓ Indicar eventuales acuerdos ya alcanzados (para no ponerlos en discusión).
- ✓ Dejar claro que las partes tendrán derechos y obligaciones en conformidad del alcance total del acuerdo.
- ✓ Fijar el plazo para llegar a un acuerdo global.
- ✓ Definir las cosas en que la negociación será suspendida.
- ✓ Imposición recíproca de confidencialidad.

D. Documentos y trámites

Si bien existen trámites que habrá que cumplir en México para exportar mercancías, se debe de tener en cuenta que no son complicados, ya que el gobierno trata de facilitar la exportación de productos mexicanos.

Por otro lado, habrá que tomar en consideración los documentos que el importador (comprador) va a requerir. En muchos de los casos, para obtenerlos, se tendrá que realizar algún trámite en las diferentes entidades de gobierno.

De acuerdo con el producto, la fracción arancelaria y su tratamiento, el exportador, como persona física o moral, deberá cumplir con la documentación requerida para el despacho en las aduanas.

Dentro del artículo 36 de la Ley Aduanera, se señala que para la exportación se requiere principalmente de la factura o documento que exprese el valor de la mercancía y documentos para el cumplimiento de regulaciones no arancelarias. Adicional a esto, en el cuadro siguiente se muestran los documentos que se manejan en la práctica:

- Factura o documento equivalente,
- Carta de instrucciones o encomienda,
- Documentos comprobatorios de restricciones no arancelarias,
- Permiso de exportación (si este se requiere),
- Pedimento,
- Documentos de transporte,
- Seguro, si es requerido,
- Inspección, si esta es requerida, y
- Otros documentos, certificado de origen, de peso, guías, etc.

E. Comunicación y promoción

El conocimiento del idioma, las técnicas comerciales, la empatía con la contraparte, entender la cultura y otras son parte fundamental de la gestión del mercado internacional. Concretar negociaciones es mucho más que sólo trato, es socializar, establecer lazos de amistad, conocer el perfil del empresario, el protocolo y después los detalles.

Conocer la cultura de la contraparte es un paso fundamental para el éxito. Se estima que el más del 50% de los negocios internacionales no concluyen por el desconocimiento de las diferencias culturales, entre estas diferencias tenemos: tiempo, saludo, uso del primer nombre, colores, sexo, lenguaje corporal, humor, idiomas, regalos y costumbres diferentes, solo por mencionar algunos.

Cuando se tiene en cuenta todos estos conceptos es más fácil entrar al mercado importador, y por lo tanto que el producto sea aceptado, un instrumento de promoción que bien utilizado es muy productivo, son las ferias internacionales, ya que dan la pauta para que algún producto entre en el mercado internacional, algunas ventajas son:

- Alta concentración de público y competidores.
- Posibilidad concreta de evaluar las reacciones en persona del cliente potencial.
- Acceso a un público desconocido.
- Despertar interés en posibles inversionistas.
- Desarrollo de la imagen.
- Comprarse con la competencia internacional.
- Probar la aceptación de nuevos productos.
- Realizar ventas.

F. Organización interna para la exportación

El empresario que finalmente decide que la internacionalización es un tema para especialistas debe de contratar un gerente de exportación o consultor de exportación o una empresa de gestión de la exportación para que realice esta labor. Este deberá realizar una autoevaluación previa en la empresa y plantear un departamento de exportación.

Algunas de las actividades desarrolladas por el departamento de exportación son:⁴⁴

- Establecer las líneas maestras de las acciones de exportación, basadas en las directrices fijadas por la dirección para la política de exportación.
- Identificar y seleccionar las principales oportunidades del negocio.
- Plantear y coordinar un plan de promoción en el mercado internacional.
- Establecer la estructura comercial en el exterior.
- Supervisión en la elaboración del material publicitario.
- Crear un portafolio de clientes y gerenciar su mantenimiento.
- Elaborar un plan anual revisado trimestralmente sobre las metas de la exportación.
- Desarrollo y coordinación de un plan de formación de varios mercados.
- Analizar la factibilidad de sugerir a la dirección de la empresa la concesión de licencias de fabricación.

La información es uno de los principales recursos estratégicos en un proceso de internacionalización. Un departamento de exportación maneja un volumen considerable de información; su principal materia prima y la racionalización y gestión es uno de los instrumentos más eficaces para medir la profesionalidad del mismo departamento. La información básica en el departamento de exportación es:

- ✓ Organigrama de la empresa.
- ✓ Programa de actividades a nivel global.
- ✓ Plan de negocios.
- ✓ Presupuesto de exportación.

⁴⁴ *Ibíd.*, Pág. 243

- ✓ Listado de las principales ferias de carácter internacional.
- ✓ Legislación de exportación.
- ✓ Tabulado actualizado de costos.
- ✓ Tabulado de material existente en el almacén.
- ✓ Lista de empresas transportistas.
- ✓ Lista de empresas de mensajerías.
- ✓ Lista de agencias aduanales.
- ✓ Lista de empresas de comercio exterior.
- ✓ Clasificación arancelaria.
- ✓ Lista de precios y actualización.
- ✓ Legislación relativa de eventuales incentivos fiscales y crediticios.
- ✓ Perfil del mercado.
- ✓ Ferias especializadas.
- ✓ Legislación de importación.
- ✓ Fichas de los clientes.
- ✓ Normas de importación.
- ✓ Planes de promoción.
- ✓ Plazos de entrega.
- ✓ Copia del contrato y condiciones generales de ventas.

4.5 Plan de negocios

El plan de negocios es un documento fundamental para el empresario, tanto para una gran compañía como para una pyme. En distintas situaciones de la vida de una empresa se hace necesario mostrar en un documento único todos los aspectos de un proyecto: para su aprobación por superiores dentro de la organización, para convencer a un inversionista, para respaldar un pedido de crédito, para presentar una oferta de compraventa, para conseguir una licencia o una franquicia de una compañía local o extranjera, o para interesar a un potencial socio.⁴⁵

Pero el plan de negocios es también una herramienta de trabajo, ya que durante su preparación se evalúa la factibilidad de la idea, se buscan alternativas y se proponen cursos de acción; una vez concluido, orienta la puesta en marcha. El plan de negocios reúne en un documento único

⁴⁵ TERRAGNO, Danila y LECUONA Ma. Laura, Mercado, dinero. Véase : <http://www.dinero.com.ve/plandenegocios.html>

toda la información necesaria para evaluar un negocio y los lineamientos generales para ponerlo en marcha.

Según sea la magnitud del proyecto, la realización del plan puede llevar unos días o varios meses, ya que no se trata sólo de redactar un documento sino de imaginar y poner a prueba toda una estructura lógica. (¿Se puede vender esta cantidad a este precio? ¿Con esta estructura se puede responder a esta demanda? ¿Es esta inversión suficiente para este crecimiento proyectado?). Es importante destacar que si bien los aspectos financieros y económicos son fundamentales, un plan de negocios no debe limitarse sólo a planillas de cálculo y números. La información cuantitativa debe estar sustentada en propuestas estratégicas, comerciales, de operaciones y de recursos humanos.

Los objetivos:

Ninguna empresa que pretenda competir en los complejos mercados actuales puede pasar por alto la tarea de imaginar escenarios futuros. El plan de negocios muestra en un documento el o los escenarios más probables con todas sus variables, para facilitar un análisis integral y una presentación a otras partes involucradas en el proyecto (inversionistas, socios, bancos, proveedores, clientes).

Las ideas en abstracto pueden ser geniales, pero si no se tiene en claro cómo transformarlas en realidad, pueden no encontrar apoyo, tambalearse frente a los problemas o quedar olvidadas en el tiempo.

Los objetivos que justifican la elaboración de un plan de negocios difieren según el momento de la vida de la empresa y el tipo de negocio que vaya a planificarse. En general, las razones por las que se decide realizar un plan de negocios son:

- Tener un documento de presentación de un proyecto a potenciales inversionistas, socios o compradores.
- Asegurarse de que un negocio tenga sentido financiera y operativamente, antes de su puesta en marcha.
- Buscar la forma más eficiente de llevar a cabo un proyecto.
- Crear un marco que permita identificar y evitar potenciales problemas antes de que ocurran, con el consiguiente ahorro de tiempo y recursos.
- Prever necesidades de recursos y su asignación en el tiempo.
- Evaluar el desempeño de un negocio en marcha.

- Valuar una empresa para su fusión o venta.
- Guiar la puesta en marcha de un emprendimiento o negocio.
- Tener un plan de internacionalización.

Importancia de la planeación

La mayoría de los empresarios no le dan la importancia que tienen los planes en la fase inicial de un negocio, pero es trascendente no pasarla por alto si se quiere tener éxito. Por lo común, los planes aplicados durante la etapa inicial determinan el fracaso o el éxito. Es una oportunidad muy valiosa para elaborar un análisis tranquilo del modo en que se piensa administrar y operar y como cumplir con el plan maestro relacionado con la misión de la empresa.

Planear puede significar el éxito y la tranquilidad de los empresarios. Hay que ser fanáticos de la planeación precisamente porque nadie puede anticiparse a todas las posibles contingencias que se presenten. La curva de aprendizaje puede ser mucho más costosa, complicada y dolorosa si no se tiene un plan de negocios bien concebido.

Características de un plan

Un plan debe cumplir con los siguientes requisitos:

- Definir diversas etapas que faciliten la medición de sus resultados.
- Establecer metas a corto y mediano plazos.
- Definir con claridad los resultados finales esperados.
- Establecer criterios de medición para saber cuáles son sus logros.
- Identificar posibles oportunidades para aprovecharlas en su aplicación.
- Involucrar en su elaboración a los ejecutivos que vayan a participar en su aplicación.
- Nombrar un coordinador o responsable de su aplicación.
- Prever las dificultades que puedan presentarse y las posibles medidas correctivas.
- Tener programas para su realización.
- Ser claro, conciso e informativo.

Componentes:

El plan de negocios recorre todos los aspectos de un proyecto. Los capítulos que se desarrollarán incluyen: resumen ejecutivo, introducción, antecedentes de la empresa, análisis e investigación de mercado, análisis Swot, estrategia, conclusiones y anexos.⁴⁶

1RO. RESUMEN EJECUTIVO

Es un breve análisis de los aspectos más importantes de un proyecto, que se ubica delante de la presentación. Es lo primero que lee el receptor del proyecto, y quizás, por falta de tiempo, lo único. Debe describir en pocas palabras el producto o servicio, el mercado, la empresa, los factores de éxito del proyecto, los resultados esperados, las necesidades de financiamiento y las conclusiones generales.

Si bien se ubica al comienzo del plan, es conveniente realizarlo al final, después de haber analizado todos los puntos. Su extensión es clave: no más de dos páginas, preferentemente sólo una.

El objetivo de este resumen es captar la atención del lector y facilitar la comprensión de la información que el plan contiene, por lo que se debe prestar especial atención a su redacción y presentación.

2DO. INTRODUCCIÓN

Antes de comenzar el desarrollo se debe contextualizar el plan, describiendo:

- Cuál es el negocio que se desarrollará.
- Quiénes realizan la presentación del plan y para qué.
- Si se trata de una empresa en marcha, cuál es su misión y su trayectoria.
- Cuál es la fecha de presentación y si existe un plazo para la aprobación del plan.
- Cuál es el enfoque con que se preparó el plan.

3RO. ANTECEDENTES DE LA EMPRESA

- Antigüedad de la empresa.
- Acta constitutiva, reformas estatutarias y apoderados legales.
- Detalles de la historia, evolución y actividades sobresalientes.

⁴⁶ FLEITMAN, Jack, Negocios exitosos, México 2000, Edit. Mc Graw Hill.

- Información general de los accionistas y del consejo de administración.
- Datos relevantes sobre la administración.
- Consejeros y asesores de la empresa.
- Estructura del capital legal.
- Fortalezas y debilidades en lo general.

4TO. ANÁLISIS E INVESTIGACIÓN DEL MERCADO

Pocos errores son tan graves como lanzar un producto o servicio sin conocer en profundidad el mercado. La investigación de mercado se utiliza para conocer la oferta (cuáles son las empresas o negocios similares y qué beneficios ofrecen) y para conocer la demanda (quiénes son y qué quieren los consumidores). El plan de negocios refleja algunos sucesos históricos (trayectoria de la empresa, del mercado, del consumo, etc.), pero fundamentalmente describe situaciones posibles en el futuro. En sus resultados se fundamenta gran parte de la información de un plan de negocios: cuáles son las necesidades insatisfechas del mercado, cuál es el mercado potencial, qué buscan los consumidores, qué precios están dispuestos a pagar, cuántos son los clientes que efectivamente comprarán, por qué comprarán, qué otros productos o servicios similares compran actualmente.

5TO. ANÁLISIS SWOT

El análisis Swot (Strengths, Weakneses, Oportunities, Threatens) o Foda (Fortalezas, Oportunities, Debilidades y Amenazas) es una herramienta estratégica que se utiliza para conocer la situación presente de una empresa. Es una estructura conceptual que identifica las amenazas y oportunities que surgen del ambiente y las fortalezas y debilidades internas de la organización.

CAPITULO 5

PLAN DE NEGOCIOS DE EXPORTACION DE AGUACATE MEXICANO A QUEBEC, CANADA

5.1 Antecedentes de la empresa

Hacia el lado este del hermoso estado de Michoacán, se ubica Zitácuaro, en el interior se encuentra Rancho San José Tenango, dedicado a la producción de aguacate tipo Hass. Actualmente se cuenta con un existencia de alrededor de 328 árboles de los cuales cubren aproximadamente en su totalidad cinco hectáreas. La antigüedad de estos árboles es de un poco más de 13 años, por lo que su rendimiento en cuanto a producción del fruto esta en su máximo apogeo, ya que estos llegan a dar entre 120 y 150 aguacates por árbol al mes.

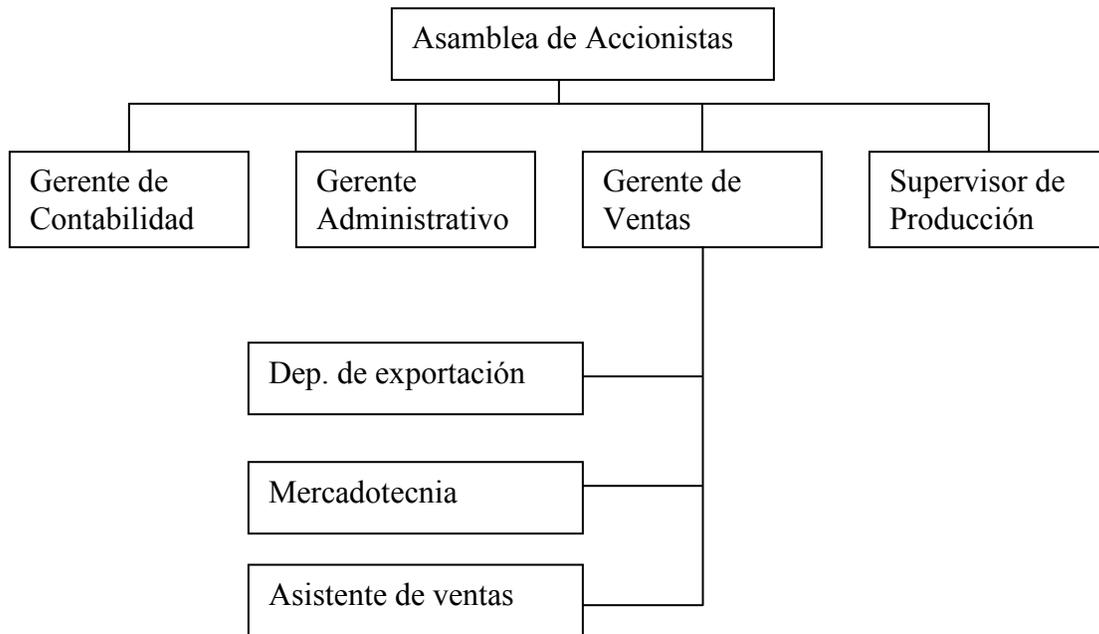
En un principio Rancho San José era administrado por sus propietarios de manera tradicional, esto es, nada de planeación y sólo se contaba con la producción escasa de los árboles, debido a su corta edad en esos tiempos. Una de la principales consecuencias que llevo a los propietarios a asociarse con otros empresarios, es el excesivo intermediarismo que los aquejaba, ya que el producto se les pagaba aun bajo precio, por lo tanto sólo se acumulaban pérdidas, además de que no contaban con los medio suficientes para financiarse.

Posteriormente se contactaron inversionistas que confiados por su experiencia en los negocios, ahora no sólo se conforman con el abastecimiento al mercado interno, sino que, aprovechando que los

árboles se encuentran en una excelente edad de producción, pretenden un plan de negocios de exportación de aguacate tipo hass.

La denominación social de la empresa es “Rancho San José Tenango SA de CV”, se encuentra ubicada en Avenida Pípila No. 10, Zitácuaro Michoacán.

La integración del equipo de trabajo operativo cuenta con diez personas, básicamente para una mejor afluencia de la información y por lo tanto una mejor toma de decisiones.



Algunas de las funciones importantes son:

- Asamblea de accionistas. Es el máximo órgano administrativo de la empresa encargado de la óptima toma de decisiones, con ayuda de la información básica proporcionada por lo gerentes de las distintas áreas, dependiendo del tipo de decisión a analizar.
- Gerente de contabilidad. Es el encargado de verificar el correcto cálculo y registro de las operaciones de la empresa, el pago de impuestos, registro de nómina y elaboración de estados financieros que serán tomados como base para una óptima toma de

decisiones. Directamente el tiene que ver con el área de finanzas para el desarrollo de los planes y estrategias financieras.

- Gerente administrativo. Su función básica es el reclutamiento, selección y manejo de personal, en su caso, además es el encargado de ejecutar los acuerdos de la asamblea de accionistas en materia administrativa.
- Gerente de ventas. Su función principal es interceptar a compradores potenciales, diseñar con ayuda de su equipo planes de comercialización y de mercado, técnica que permite hacer llegar el producto a su destino final, así como dar el seguimiento adecuado a la venta y al cliente.
- Supervisor. Es una persona especialista en la producción del aguacate tipo hass. Supervisa, maneja y toma decisiones para un mejor aprovechamiento durante el proceso de producción, de lo recursos humanos, climáticos y materiales.

A continuación se presentan los Estados Financieros de la empresa Rancho San José Tenango SA de CV, del periodo enero a diciembre de 2005. Los cuales servirán como base para proyectar desde un punto de vista financiero la viabilidad del plan de negocios.

"Rancho San José Tenango SA de CV"
Estado de Situación Financiera al 31 de diciembre de 2005

Activo		Pasivo	
Circulante		A corto Plazo	
Caja fija	\$ 6,000	Acreeedores dic.	\$ 31,500
Bancos	284,510	Imp. por pagar	<u>6,400</u>
Clientes	28,000	Total a corto	\$ 37,900
Inventarios	<u>16,000</u>	plazo	
Total	\$ 334,510		
Circulante		Capital contable	
Fijo		Capital social	\$ 1,532,480
Art. de oficina	\$ 26,500	Util. Ejercicio	37,760
Equipo de produc.	20,000	Reserva legal	<u>10,640</u>
Equipo de trans.	275,000	Total	\$ 1,580,880
Terreno	1,000,000	Capital cont.	
Dep. Acumulada	- <u>37,230</u>		
Total	\$ 1,284,270		
Fijo			
		TOTAL PASIVO	
TOTAL ACTIVO	\$ <u><u>1,618,780</u></u>	MAS CAPITAL	\$ <u><u>1,618,780</u></u>

"Rancho San José Tenango SA de CV"
Estado de Resultados de 01 de Enero al 31 de Diciembre de 2005

Ventas totales	\$	866,698
Costo de Ventas		<u>743,683</u>
Utilidad Bruta		123,015
Gastos de operación		<u>74,203</u>
Utilidad de operación		48,812
Gastos financieros		<u>6,857</u>
Utilidad antes de impuesto		41,955
PTU 10%		<u>4,195</u>
Utilidad neta	\$	<u><u>37,760</u></u>

5.2 Proceso de producción de aguacate tipo hass

A continuación se describe de manera general el proceso de producción del aguacate tipo hass.

En los tres primeros años de desarrollo de los árboles de aguacate no requieren de atención en cuanto a poda, pero luego debe mantenerse bien formado de manera que las labores de cosecha se faciliten.

El aguacate se puede propagar por semilla o por injerto. La propagación por injerto es el método más apropiado para reproducir las variedades seleccionadas para el cultivo comercial ya que los árboles injertados son uniformes en cuanto a calidad, forma y tamaño del fruto.

El injerto se realiza cuando el tallo de la planta tiene un centímetro de diámetro (aproximadamente 6 meses después de la siembra) y a 10 centímetros de la base. Una vez que el injerto ha pegado, entre los veintidós y treinta días después, se empieza a eliminar la parte superior.

Los marcos de plantación dependen del tipo de suelo, la topografía, la variedad y las condiciones ambientales imperantes.

En general las distancias varían de entre 7m x 9 m a 10 m x 12 m; el espaciamiento de los árboles de Rancho San José Tenango es de 10 m entre plantas y 10 m entre hileras. Cuando el árbol se encuentra en producción, la fertilización debe de hacerse dos veces al año, la primera se hace tres meses antes de la primera recolección y la segunda, tres meses después de la misma. El abono también juega un papel muy importante, aún más antes de que el árbol se encuentre en producción, ya que se tiene que abonar al principio de la floración (marzo) y posteriormente se repite en mayo y julio. La cantidad de kilogramo de abono adecuado, va de acuerdo a la edad del árbol.

A los cinco años generalmente se cosechan 50 frutos, a los seis años 150 frutos, a los siete años 300 y 800 a los ocho años. Algunas variedades como hass y fuerte y otras de fruto pequeño pueden producir entre 1000 y 1500 frutos a los diez años.

Las variedades de la fruta empiezan a producir entre junio y abril. Al grado óptimo de madurez del fruto para realizar la recolección es difícil

de determinar por la diversidad de factores ambientales. En Rancho San José Tenango, la cosecha comienza en Julio.

El tipo de riego en la zona es por tandeo. El agua viene del Tintojo que es un afluente del Río San Andrés. Dos quintas partes de la afluencia del Tintojo, se aparta en una presa, de donde se distribuye el agua a 25 propiedades aproximadamente. Boquetes es una división de la cantidad de agua que le corresponden a cada propiedad de cada terreno. Al Rancho San José Tenango, corresponden cinco tandas al mes equivalentes a 7 días. El agua es desviada a las propiedades correspondientes de acuerdo a los programas que se acuerdan entre los propietarios de las tierras. El sistema de riego en el rancho, es por inundación, es decir, existen surcos marcados para unir árboles de tal manera que el agua corre por gravedad entre los surcos.

El sistema es realmente barato ya que solo requiere el mantener las pendientes correctas y periódicamente volver a marcar los surcos para agilizar el paso del agua. Actualmente el agua no tiene costo, sin embargo existe una comisión, que se reúne para atender desvíos en el uso del agua, que contrato a un aguador para vigilar los canales y mandar a reparar los daños detectados, en el sistema de distribución del agua. Recientemente esta comisión ha solicitado una cooperación de \$ 120.00 pesos por tanda al mes, para cubrir gastos de operación.

Una vez que empieza la cosecha por el mes de julio, el corte debe hacerse cuando el fruto esta grande y de un verde oscuro y opaco. La cosecha se hace con unos carrizos adaptados especialmente para cortar y recibir el fruto evitando que este caiga al piso. Estos carrizos deben de ser lo suficientemente largos para alcanzar los aguacates y también los peones deben de ser hábiles para esta maniobra.

Actualmente los árboles producen un promedio mensual de 120 aguacates, lo que significa una producción de 39,633 aguacates mensualmente, lo que da alrededor de 7,900 kilogramos al mes.

El precio de venta es muy variable, en el mes de julio tiene su mayor margen de utilidad, mientras que a partir de septiembre comienza su declive.

5.3 Objetivos y metas del plan de negocios

Objetivos:

- Analizar de una manera objetiva, si la empresa Rancho San José Tenango se encuentra capacitada para su participación en el ámbito internacional, tomando en cuenta no sólo los números, sino también los antecedentes de la misma, para proyectar su capacidad productiva.
- Tener un estudio completo, pero a su vez práctico, del país al cual se interesa incursionar con el producto, en este caso los datos más sobresalientes de Canadá que sirvan como base de apoyo para sustentar la decisión de exportar, con la certeza del éxito del plan de negocios.
- Desarrollar un contrato en el cual los términos acordados y definiciones estén estipulados de modo específico a satisfacción de las partes que intervienen, de manera que la relación cliente-empresa se desarrolle en un ambiente cordial y libre de mal interpretaciones e insatisfacciones.
- Obtener información completa de los documentos y trámites que se deben de llevar a cabo para la exportación del aguacate tipo hass a Québec Canadá, para la agilización tanto de la negociación como la exportación.
- Realizar un presupuesto que sirva de herramienta de planeación para que los recursos de Rancho San José Tenango sean óptimamente aprovechados por todos los involucrados desde los niveles de producción hasta la administración de la empresa. Se pretende que el presupuesto sirva a la organización para anticiparse a cambios que pudieran existir durante el desarrollo de sus actividades y por supuesto poderse adaptar a dichos cambios.
- Se pretende en esencia que mediante la integración de todos los rubros importantes del plan de negocios de exportación de aguacate mexicano a Québec Canadá, proporcione información clara, objetiva y sintetizada del éxito esperado por todas las

personas involucradas en el desarrollo operacional de Rancho San José Tenango.

Metas:

- Ofrecer un producto de alta calidad, sin necesidad de incurrir en gastos excesivos, pero con la finalidad de que los recursos invertidos sean aprovechados satisfactoriamente, para lo cual se requiere que el costo de producción no exceda del 60% de los ingresos totales por las ventas.
- Que el cliente extranjero adquiera la producción de aguacate en el 2006 al menos de un 90% de total de la producción de Rancho San José.
- Si se requiere de un financiamiento que no rebase el 25% del total del capital social de Rancho San José Tenango.
- Aproximar una producción anual total de 100 toneladas de aguacate tipo hass de Rancho San José Tenango.
- Durante el flujo de efectivo 2006 de Rancho San José Tenango, no se quede sin solvencia económica inferior a \$ 100,000.

5.4 Decisión de exportar

A pesar de que México es por mucho el principal país productor de aguacate del planeta, y que además cuenta con un producto de la más alta calidad, tan sólo alrededor del 6% del total se destina al mercado externo, aunque es importante señalar que las ventas mexicanas del fruto han venido registrando alzas continuas importantes en los últimos años, particularmente por los aumentos que se han registrado en la producción nacional del fruto. Michoacán es por mucho el principal estado productor de aguacate de nuestro país.

El aumento en la producción de aguacate en México se ha dado principalmente por las buenas condiciones climáticas que se han presentado en las zonas productoras del fruto, particularmente en la región de Uruapan, Michoacán, así como resultado de una planeación

efectiva en lo que se refiere a técnicas de reforestación de los árboles productores, donde los árboles de aguacate han acelerado su período de maduración y de máximo rendimiento a la edad de entre 7 y 8 años, tiempo inferior en comparación a los promedios de vida que se registraban anteriormente, obteniendo un mayor volumen, así como producto de mayor tamaño.⁴⁷

El desarrollo de la industria del aguacate en México, en los últimos años se ha incrementado notablemente aunque existan dos corrientes en virtud del destino de la misma; por un lado, hay quienes opinan que es una industria incipiente, mal organizada y que esta sobre saturada por los aumentos en la superficie destinada para la producción de esta fruta, lo cual se representa en baja rentabilidad por el bajo precio de venta en un mercado saturado. Por otra parte, existe la opinión de que la industria aguacatera es muy pequeña si, pero con grandes oportunidades de desarrollo sobre todo con la diversificación de mercados y presentación final del producto, es decir se tiene la opción de no limitarse únicamente a la venta de producto en fresco, si no también enfocar esfuerzos a la comercialización de productos procesados.

A pesar del alto consumo interno, en los últimos años se pudo observar una tendencia hacia el aumento de los volúmenes exportados en respuesta a los atractivos precios que ofrece en mercado internacional y a las buenas condiciones climáticas que favorecen los rendimientos de los cultivos. Esto ha motivado a los productores mexicanos a mejorar el estado fitosanitario para tener un mejor acceso a los mercados extranjeros (SAGyP, 1997).

Una gran ventaja comparativa que presenta el comercio del aguacate ante el mercado internacional, es que este se torna cada vez más dinámico y al no existir proveedores confiables a mediano y largo plazo, México asegura la venta de su producción.

Asimismo, en México se realiza la industrialización de aguacate para exportación y, el procesamiento de la pulpa de aguacate se contempla como una alternativa para los periodos de máxima cosecha, a fin de comercializar toda la producción y también poder abastecer al mercado en época de escasez.

⁴⁷ Véase: Análisis de mercado de aguacate.

<http://www.siap.sagarpa.gob.mx/InfOMer/analisis/avocado.htm#hhhh>

A saber que Rancho San José Tenango se encuentra en las condiciones y oportunidades antes descritas, se proyecta exportar a un mercado donde se vislumbra un amplio panorama de crecimiento, en el cual también la existencia de un Tratado Comercial es determinante para el fácil acceso del aguacate a ese mercado, como lo es Canadá.

México y Canadá han tenido un desarrollo muy importante desde la firma de TLCAN en 1994. Este país ha representado una gran oportunidad para México, sobre todo en sectores como el agrícola (sector no favorecido para Canadá, debido a su situación climática), alimentos, partes y componentes industriales.

El Tratado de Libre Comercio de América del Norte, continúa contribuyendo al desarrollo del comercio y la inversión entre los tres países firmantes, así como a la consolidación de las reglas y procedimientos que controlan el comercio y la inversión en la región y ha sido clave para prosperidad económica de Canadá. El TLCAN ha permitido aumentar las exportaciones de México a Canadá.

Después de una reducción arancelaria entre México y Canadá que entro en vigor en enero de 2003, se consolidó la región de TLCAN como una región libre de aranceles. Los niveles de exportaciones mexicanas a territorio canadiense continúan en aumento. Si bien las exportaciones mexicanas que se dirigen a Canadá son considerablemente menores a las que se envían a Estados Unidos, es importante señalar que muchos productos mexicanos son re-exportados a Canadá por medio de intermediarios comerciales o brokers estadounidenses o canadienses ubicados sobre toda la frontera con México. Tomando en cuenta estos flujos comerciales, la proporción de todos los productos mexicanos en la balanza comercial canadiense es mayor al nivel de exportaciones reportado.

Así el TLCAN continúa contribuyendo al incremento del comercio y la inversión entre Canadá y México, este hecho se ve reflejado de 1999 al 2004, con un aumento promedio de las exportaciones mexicanas a Canadá de un 11.5 anual durante estos años.⁴⁸

⁴⁸ BANCAMEXT, Revista negocios, Año 13, Número 149, Agosto 2004, Art. Canadá a 10 años del TLCAN, PÁG. 14.

Tomando como base las características antes descritas se realiza el siguiente análisis de FODAS a Rancho San José Tenango, para identificar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas a las cuales se enfrentara el plan de negocios de exportación de aguacate mexicano con miras al mercado Canadiense.

Fortalezas:

- ✓ Se cuenta con el personal capacitado para el área de ventas, ya que existe un departamento de exportación, en el cual se verá apoyado.
- ✓ Existen habilidades técnicas para realizar un manejo adecuado del producto.
- ✓ El aguacate se encuentra en su máximo apogeo de producción.
- ✓ Se cuenta con el equipo técnico de acuerdo con el tamaño de la empresa.
- ✓ El capital que se tiene se considera suficiente para que la empresa sea independiente.
- ✓ Dentro de la empresa, desde los bajos niveles hasta los gerentes se encuentran comprometidos con el desarrollo positivo de la misma.

Debilidades:

- ✓ Sólo se tiene en la lista a un solo cliente extranjero seguro, por lo que se tiene que dar un cuidado especial, ya que este mismo nos abrirá la puerta de recomendación.
- ✓ Los conocimientos en el mercado son teóricos.

Oportunidades:

- ✓ Existencia del TLCAN, el cual beneficia a nuestro producto, con su liberación total de aranceles en Canadá.
- ✓ El producto que se exporta es de alta calidad y será reconocido ampliamente en el mercado de América del Norte.
- ✓ La tendencia generalizada a consumir este fruto, permite augurar un mercado cautivo a mediano plazo.
- ✓ Las condiciones climáticas en Canadá son insuficientes para la producción del aguacate.

Amenazas:

- ✓ La competencia de productores de aguacate o comercializadores en México al mercado canadiense, tiene una tendencia a incrementarse cada vez mas, por lo que el manejo de precio a distribuidor o consumidor final será un factor importante.
- ✓ Débil credibilidad para los exportadores mexicanos en el exterior, ya que en muchas ocasiones no se cumple con lo estipulado en un contrato.

5.5 Gestión de mercado

Canadá es el segundo país más grande del mundo (aproximadamente 10 millones de kilómetros cuadrados) y está constituida por 10 provincias, a saber, Columbia Británica, Alberta, Saskatchewan, Manitoba, Ontario, Québec, Nueva Brunswick, Nova Scotia, Prince Edward Island y Newfoundland, y por los territorios del Yukon y Northwest. El 77% de la población vive en una radio de 300 kilómetros de la frontera con Estados Unidos, en zonas urbanas. La composición de la población de Canadá ha cambiado considerablemente desde 1961, cuando el 90% de los inmigrantes era de origen europeo, principalmente inglés o francés.⁴⁹

Durante la última década, en Canadá como en otros países, principalmente los considerados como desarrollados, se ha observado dentro de sus habitantes un creciente interés en el cuidado del medio ambiente, la ecología, así como de la salud personal, actitud que se ha visto reflejado en varios aspectos, entre los que destaca el cambio de los hábitos alimenticios de la población. Dicho cambio ha provocado un aumento en la demanda de productos saludables, así como en la variedad de los mismos. Una de las ramas que presenta un incremento muy marcado es el consumo de alimentos denominados orgánicos (agrícolas).

En el caso de México, la agricultura orgánica esta en franca expansión, aumentando la superficie cultivada de 25 mil a más de 115 mil hectáreas en los último siete años, debido a que los productos orgánicos mexicanos gozan de excelente aceptación en lo mercados internacionales, como el de Canadá. Varios factores han influido para

⁴⁹ BANCOMEXT, Guía de exportación sectorial, Alimentos frescos, México 2000, Pág. 209.

que la demanda de este tipo de productos, así como su comercialización vaya en aumento, y es que tanto los patrones de alimentación como la producción están en pro de la preservación de la ecología y del cuidado de la salud.⁵⁰

Después de la aparición de ciertas enfermedades transmitidas a los humanos, a través de los alimentos, las personas empezaron a rechazar los productos de dudosa procedencia y que pudieran afectar a la salud del ser humano, ya fuera por la alimentación del ganado o por los fertilizantes utilizados durante la producción. De ahí que la gente de países desarrollados, destine una mayor parte del presupuesto a comida natural y más sana.

En la actualidad el consumo de los productos orgánicos en Canadá se concentran en provincias de Columbia Británica, Alberta, Québec y Ontario. Aproximadamente el 18% de los canadienses consume productos orgánicos de manera regular, mientras que el 22% lo hace frecuentemente y un 31% ocasionalmente.⁵¹

Otra de las más notables características de la población canadiense, consiste en la marcada tendencia del aumento de la población de 55 años. Este fenómeno se representa como resultado de una menor tasa de nacimientos y por el aumento en la expectativa de vida de los canadienses (que paso de 75 años para los hombres y 81 para las mujeres).

Los canadienses gozan de un alto nivel de vida, sólo superado por los Estados Unidos, Suiza, Luxemburgo, Alemania y Japón. De las siete economías industrializadas más fuertes del mundo, el poder adquisitivo de Canadá ocupa el segundo lugar, después de Estados Unidos.

Las restricciones de tipo fitosanitarias en Canadá se limitan principalmente a aquellos productos de importancia comercial para el país, tales como manzanas, arándanos azules y papas. La reglamentación sobre la rotulación aplicable a frutas exige que se indique en los empaques el nombre del producto y la correspondiente variedad, el peso por caja en libras o kilos, el número de unidades por caja, el país y la región de origen, el nombre y la dirección del productor,

⁵⁰ Revista Negocios, Op. Cit., Art. Alimentos Orgánicos, Pág. 17.

⁵¹ *Ibíd.*, Pág. 18.

empacador o exportador y el número del lote al cual corresponde cada caja.

Canadá no establece cuotas de importación y lo pocos aranceles que aun existen (tarifa NMF o Nación Mas Favorecida) se aplican únicamente durante la temporada de producción nacional de algunos productos y variedades que se cultivan comercialmente en Canadá.⁵²

En cuanto a los sistemas de negociación, existen dos formas básicas de pago de los importadores a sus proveedores, a los 21 días o a los 30 días, después del arribo de la mercancía a Canadá. Por lo general las cartas de crédito no son aceptadas en este país. Es importante señalar que, de acuerdo con las disposiciones vigentes en Canadá todo agente que importe productos agrícolas a este país debe contar con licencia expedida por el Departamento de Agricultura de Canadá. En consecuencia antes de cerrar cualquier negocio, los exportadores deben de solicitar la prueba de que tal licencia fue otorgada.

La distribución de productos perecederos, como las frutas y verduras frescas, a todo el Canadá desde un solo puerto de entrada es muy difícil, principalmente debido a las grandes distancias existentes entre los centros de consumos. Para lograr la distribución nacional es recomendable realizar la importación a través de puertos en la costa Atlántica o desde Estados Unidos. En opinión de los expertos, la clave del éxito en Canadá es en penetrar al mercado de costa a costa, para asegurar el mayor volumen de ventas, ya que si se enfocan únicamente a los mercados de Toronto y Montreal, donde relativamente es más fácil el acceso se enfrenta una altísima competencia y, muy posiblemente, baja rentabilidad. Lo más aconsejable es identificar importadores o clientes localizados al Este y al Oeste del país, ya que muy pocos agentes tienen la capacidad de realizar una distribución a nivel nacional.

⁵² Guía de exportación sectorial, Op. Cit., Pág. 210.

5.6 Contrato internacional⁵³

CONVENIO/CONTRATO PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE AGUACATE FRESCO, QUE CELEBRAN POR UNA PARTE Rancho San José Tenango SA de CV, A QUIEN EN LO SUCESIVO SE LE DONOMINARA COMO “EL EXPORTADOR” Y POR LA OTRA Choices Super Markert A QUIEN SE LE DESIGNARA COMO “EL IMPORTADOR” BAJO LAS SIGUIENTES DECLARACIONES Y CLAUSULAS:

D E C L A R A C I O N E S

DECLARA “EL EXPORTADOR”

- I. Que es una sociedad mercantil de nacionalidad mexicana, legalmente constituida, de conformidad con la escritura pública número 49,888 basada ante la fe del Notario Público número 4,252 Licenciado Pedro Dorantes López de la ciudad de Zitácuaro Michoacán, México.
- II. Que se dedica entre otras actividades al cultivo, producción, acopio, empaque y exportación de aguacate fresco.
- III. Que cuenta con la infraestructura suficiente y con el personal adecuado para realizar las actividades a que se refiere la declaración que antecede.
- IV. Que el Sr. Jorge Reyes Brito es su legítimo representante y que actualmente esta facultado para suscribir el presente convenio y obligar a su representada en los términos del mismo.
- V. Que tiene su domicilio en Tepalcates No. 254 Col. San José, Zitácuaro Michoacán, mismo que señala para todos los efectos legales a que haya lugar.

DECLARA “EL IMPORTADOR”

- I. Que es una empresa legalmente constituida de acuerdo con las leyes vigentes en Canadá y que se dedica entre otras actividades a la importación y comercialización de diversos vegetales y frutas frescas.
- II. Que la Srita. Brítani Kent tiene las facultades suficientes para suscribir el presente instrumento, y que a la fecha no le han sido

⁵³ BANCOMEXT, Guía práctica para la elaboración de un convenio o contrato de exportación de productos perecederos, México 2004.

- revocados o modificados en forma alguna, por lo que puede obligar a su representada en los términos del mismo.
- III. Que tiene su domicilio en 200 Granville Street, Suite 1365, Québec Canadá. Mismo que señala para todos los efectos que haya lugar.
 - IV. Que conoce las características y especificaciones del aguacate mexicano, y que se ha formado un criterio respecto a sus características y calidades, así como su comerciabilidad.
 - V. Que conoce la normatividad sanitaria y fitosanitaria, así como los trámites y procedimientos necesarios para importar los productos objeto de este contrato.
 - VI. Que cuenta con los registros y autorizaciones correspondientes de las autoridades competentes de su país para importar los productos a que se refiere este contrato.

DEFINICIONES E INTERPRETACIONES

Al menos que en el texto del presente documento se establezcan otra cosa, los términos y los documentos que mencionan en el presente convenio, serán entendidos y aplicados como se menciona a continuación:

- a) **CONVENIO:** Significa el acuerdo firmado entre las partes para la compraventa y comercialización de aguacate fresco, tal y como se detallará en el mismo. Cualquier alteración o modificación a los términos del presente convenio, deberán ser previamente acordados por ambas partes y establecidos por medio de un escrito.
- b) **PRODUCTO:** Significa el aguacate fresco en su variedad hass, tal y como se especifica en este convenio.
- c) **INSPECTOR:** Es la persona designada y autorizada por el importador para que en su nombre y representación inspeccione los productos en la planta empacadora de los mismo.
- d) **SAGAR:** La Secretaría de Agricultura, Ganadería y Desarrollo Rural de México.
- e) **METODO DE PAGO:** Se entiende tal y como se describe en la cláusula correspondiente.
- f) **INCOTERMS:** Los Términos Internacionales de Comercio, revisión 2000 de la Cámara de Comercio Internacional.

- g) PRECIO DE GARANTÍA: Es el precio mínimo que debe de pagar el importador por cada uno de los embarques que este solicite tal y como se detalla más adelante.
- h) CERTIFICADO FITOSANITARIO INTERNACIONAL: Documento que certifica que los productos están libres de enfermedades o plagas que puedan contaminarlos o hacerlos peligrosos para el consumo humano.

PRODUCTOS Y ESPECIFICACIONES

Por medio del presente convenio “el exportador” se obliga a vender a “el importador” y este se obliga a comprar al primero, aguacate fresco, variedad hass, producido y empacado en el estado de Zitácuaro Michoacán, México, en las cantidades, calidades, calibres y demás características que se establezcan en los documentos previos a la compra venta.

Las especificaciones mínimas de calidad que debe de cumplir el aguacate, en su variedad hass para ser consumido en estado fresco, serán las que de común acuerdo determinan las partes, y en su defecto, las que establecen la Norma Mexicana número NMX-FF-016-1995-SCFI.

Las cantidades y la periodicidad de los embarques de los productos, que el “el exportador” enviará a “el importador” durante la temporada 2005 se definirá en un documento previo a la compra venta que se le llamará “programa de embarque”.

BASES PARA LA DETERMINACIÓN DEL PRECIO.

El precio de los productos será la suma de todos los pagos que conforme a este convenio “el importador” debe efectuar menos las deducciones que expresamente se mencionan en el presente convenio.

“El importador” se obliga a pagar a “el exportador” un precio de garantía por cada embarque de fruta que este último realice, (precio mínimo por caja), tal y como se detalla mas adelante.

Se entiende por precio de garantía para los efectos de este convenio, la cantidad que resulte de la suma de todos los costos del embarque respectivo, dentro de los cuales se enuncian los siguientes: precio de

fruta según calibre, gastos de acopio, selección, cajas, gastos aduanales, impuestos, seguros y gastos que deben efectuarse para que la exportación de los productos sean entregados a bordo de las aeronaves o el lugar que este designe, salvo los impuestos de importación, los cuales deben de ser cubiertos por el “el importador”.

Para los efectos de este convenio y con el objeto de establecer las responsabilidades, riesgos y gastos de las partes, en relación con la entrega de los productos, las mismas aceptan y reconocen que el término de venta convenido será FOB de los Términos Internacionales de comercio versión 2000.

METODO Y EPOCA DE PAGO:

Amabas partes convienen que el pago de las mercancías objeto de este convenio se efectuará de la siguiente manera:

Un pago por la cantidad que sea determinada conforme a lo dispuesto en la cláusula anterior (precio de garantía) equivalente a 30% aproximadamente del valor total de cada embarque será pagado por “el importador” en un término no mayor de 7 días, contados a partir de la fecha en que “el exportador” reciba el pedido correspondiente.

Para los efectos del párrafo anterior, “el exportador” enviará la cotización de los productos a “el importador” tomando en cuenta las cantidades y los calibres de la fruta que requiera “el importador”. Este procedimiento será llevado a cabo por medio de telefax.

La cantidad que resulte será pagada mediante orden de pago, para cuyo efecto “el exportador” proporcionará los datos necesarios para que le sean abonados dichos fondos.

TERMINOS Y PLAZOS DE LA LIQUIDACIÓN

“El importador” venderá la fruta al mejor precio, y de su producto descontará el precio de garantía y la tasa por servicios. Una vez hechas las deducciones anteriores se determinará la utilidad del embarque. Asimismo, “el importador” se compromete a presentar por escrito en un término no mayor a 10 días, contados a partir de que el embarque llegue al puerto de destino la liquidación final de cada uno de los embarques.

Si “el importador” no paga el precio de la fruta conforme a lo establecido en este convenio, o cualquier otra suma adecuada, “el exportador” tendrá derecho a percibir los intereses correspondientes, sin perjuicio de la indemnización de los daños y perjuicios que se le causaren.

EMBARQUES DE LA FRUTA

Las partes convienen en que para proceder al embarque de cada remesa de la fruta, conforme al programa de entregas previamente establecido, se deberá confirmar vía fax, el o los calibres y las cantidades de la fruta que “el importador” requiera dentro de los parámetros del presente contrato.

INSPECCION DE LA MERCANCIA

Con objeto de garantizar las optimas condiciones de sanidad y calidad de la fruta, “el importador” podrá designar a una persona para que en su nombre y representación inspeccione y revise los frutos en la planta empacadora, para que autorice su despacho. En caso de que “el importador” no designe a su representante, “el exportador” designará a una persona para que realice tales funciones, en el entendido de que las autorizaciones de este último para los despachos de la frutas tendrán plena validez.

El representante de “el importador” podrá rechazar en la planta empacadora, antes de ser embarcados, los productos que no cumplan con las normas de calidad, sanidad, empaque o embalaje establecidos por este convenio para lo cual será tomada en cuenta la Norma Oficial Mexicana NOM-66-FITO-1995, por lo que se refiere a los requisitos y especificaciones fitosanitarias para la movilización de frutos de aguacate para exportación.

ENTREGA DE LAS MERCANCÍAS

“El exportador” deberá entregar los productos dentro de un plazo no mayor de 5 días, contados a partir de que reciba el pago a que refiere la cláusula correspondiente (precio mínimo de garantía).

Para los efectos del párrafo anterior “el exportador” cumplirá con su obligación de entrega de los productos al momento en que estas sean puestos en poder de la empresa naviera.

CONFORMIDAD DE LA MERCANCIA

“EL importador” esta obligado a tomar posesión de la fruta tan pronto como ésta sea puesta a su disposición y éste asumirá todos los riesgos de pérdida o daño de la fruta desde el momento en que haya sido puesta a su disposición.

“El importador” tendrá 24 horas contados a partir de que reciba las mercancías, para examinar el estado que guardan, y en caso de que detecte alguna irregularidad deberá notificar por escrito de inmediato a “el exportador”, ya que en caso de hacerlo en este periodo de tiempo perderá su derecho para reclamarla.

CASO FORTUITO O DE FUERZA MAYOR

No se exigirá a ninguna de las partes del presente convenio que desempeñe sus obligaciones o que sea responsable del incumplimiento de las mismas, según los estipulado en el presente convenio, durante ningún periodo durante el cual dicho incumplimiento sea causado por: a) huelgas, paralización laboral, escasez de mano de obra o de imposibilidad de obtener mano de obra; b) escasez de tierra o derecho de utilización de agua; c) escasez o falta de instalaciones de refrigeración o plantas empacadoras; d) dificultades para obtener unidades de transporte; e) guerras, hostilidades o emergencias; f) hechos de la naturaleza como terremotos, inundaciones, huracanes, incendios, etc., o cualquier otra causa fuera de control de la parte incapacitada para cumplir sus funciones. La parte que no pueda cumplir con sus obligaciones por alguna de estas causas notificará de inmediato a la otra parte y reanudará sus actividades tan pronto como sea posible.

RELACION DE LAS PARTES

La relación entre “el importador” y “el exportador”, es únicamente de comprador y vendedor, quedando entendido que “el importador” esta actuando como un contratista independiente bajo su propia cuenta y riesgo. Este convenio no establece ninguna asociación, agencia o sociedad entre las partes, ni tampoco crea alguna relación de empleado empleador.

LEGISLACIÓN APLICABLE

En todo convenio y en lo que se encuentra expresamente previsto, este contrato se regirá por las leyes vigentes en la República Mexicana, en particular en lo dispuesto en la “Convención de las Naciones Unidas sobre los Contratos de Compraventa Internacional de Mercaderías” y por lo que establecen los usos y prácticas comerciales internacionalmente reconocidas y aceptadas.

CESION DE DERECHOS Y/O OBLIGACIONES

Ninguna de las partes podrá ceder o transferir total o parcialmente los derechos ni las obligaciones derivadas de este convenio, sin la voluntad expresa por escrito de la otra parte.

INSOLVENCIA

Ambas partes podrán dar por terminado el presente convenio, en forma anticipada y sin necesidad de declaración judicial previa, en caso de que alguna de ellas fuere declarada en quiebra, suspensión de pagos, concurso de acreedores o cualquier otra insolvencia.

SUBSISTENCIA DE LAS OBLIGACIONES

La rescisión o terminación de este convenio no afecta de manera alguna, la validez y exigibilidad de las obligaciones contraídas con anterioridad, o de aquellas ya formadas que, por su naturaleza o por su disposición de la ley, o por la voluntad de las partes podrán exigir aún con posterioridad a la rescisión o terminación del convenio el cumplimiento de estas obligaciones.

VIGENCIA

Ambas partes convienen en que la vigencia del presente convenio, será por la temporada de enero 2006 a diciembre 2006, de producción y exportación de aguacate michoacano.

ARBITRAJE

Todas las controversias que se deriven de este contrato, serán resueltas por la Comisión para la Protección del Comercio Exterior de México, auspiciada por el Banco Nacional de Comercio Exterior, S.N.C., a través de la conciliación o arbitraje de conformidad con lo dispuesto en el Título Cuarto del Código de Comercio de los Estados Unidos Mexicanos. El lugar del arbitraje será la Ciudad de México, Distrito Federal, y el idioma que se utilizará en el desarrollo del procedimiento será el español.

5.7 Documentos y trámites

Antes de cumplir con los requisitos de documentos y trámites se debe de hacer la determinación arancelaria del producto a exportar.

En Canadá las disposiciones en relación a los aranceles se encuentran publicados en el documento Customs Tariff Schedule, para ellos se utiliza el Sistema Armonizado de ocho dígitos (SS). Las disposiciones establecidas en la tarifa señalan dos niveles diferentes de aranceles, cuyas indicaciones y señalamientos pueden ser fácilmente comprendidos.⁵⁴

Primera columna: Tariff Item, corresponde a la clasificación del producto (Fracción arancelaria).

Segundo espacio: abarca dos dígitos, denominados SS, es utilizado internamente en el Canadá para fines estadísticos.

Tal como aparece en el encabezado de la tercera columna, en ella se describe el producto o mercancía.

En el siguiente espacio se anota la unidad de medida (kilos, litros), que es básico para el cálculo del arancel.

El encabezado de la siguiente columna dice MFN Tariff, esto significa “Nación Más Favorecida”, preferencia arancelaria que otorga Canadá.

⁵⁴ Guía de exportación sectorial, Op. Cit., Pág. 42.

La última columna, bajo el título Applicable Preferential Tariff, es el impuesto (arancel) que deben pagar los productos que se exportan a Canadá y que proviene de naciones con las cuales Canadá tiene tratados comerciales.

El Tratado de Libre Comercio entre Estados Unidos, Canadá y México otorga preferencias arancelarias para los productos y mercancías que se exportan desde México; consultando el Customs Tariff Schedule, los interesados pueden conocer el nivel de arancel que deben de pagar los productos en la aduana canadiense, de acuerdo con su fracción arancelaria.

Canadá: Niveles arancelarios aplicables a la importación de alimentos frescos procedentes de México					
Tariff Item	SS	Description of Goods	Unit of Meas.	MNF Tariff	Applicable Preferential Tariffs
0804.40.00	00	Avocados	KGM	Free	UST, CCCT, LDCT, GPT, MT, CT: Free

En el sistema canadiense de inspección de alimentos tiene una buena reputación internacional, que lo sitúa entre los mejores del mundo. Los consumidores canadienses gozan de una provisión extensa y sana de alimentos a precios muy competitivos ya que, en promedio, sólo gastan alrededor del 10% de su ingreso disponible en comida. Este sistema de inspección se basaba en cuatro grandes objetivos: disponer de alimentos sanos, facilitar el comercio, proteger el mercado doméstico y evitar las redes comerciales. Sin embargo con el tiempo, el sistema se convirtió en una aglomeración de disposiciones, leyes, reglamentaciones, etc., tanto a nivel federal como a nivel de las 10 provincias de Canadá.

El abril de 1997 se creó la nueva Agencia Canadiense de Inspección de Alimentos (Canadian Food Inspection Agency, CFIA), integrando en ella los servicios de tres agencias existentes anteriormente: Agriculture and Agri-Food Canadá, Health Canadá y Fisheries and Ocean Canada.

Al exportar frutas y hortalizas frescas al Canadá, el principal interlocutor a nivel gobierno canadiense será CFIA; sin embargo y, al mismo tiempo, tendrá que cumplir con los requisitos:

- Procedimientos aduaneros; Salvo raras excepciones (volúmenes pequeños o importación de turistas), las operaciones de importación tienen que ser realizadas por un importador canadiense. Este debe de poseer una licencia de la CFIA, lo cual no sólo facilita los trámites de importación sino que permite, al exportador tener derecho a los servicios de la Junta de Arbitraje, órgano que ofrece un valioso servicio de solución de controversias.
- Requisitos sanitarios de seguridad; Las frutas frescas que se importen Canadá deben de cumplir los requisitos sanitarios y de seguridad establecidos en el Reglamento sobre Alimentos y Medicamentos (Food and Drug Regulations, FDR). Por otra parte esta información se puede obtener directamente con el funcionario encargado de frutas y verduras de cualquiera de las oficinas regionales de la CFIA, o bien a través del propio cliente (canadiense).
- Requisitos fitosanitarios; Dependiendo del país de origen y del producto en particular, algunas frutas y verduras frescas que importa el Canadá están sujetas a ciertos requisitos fitosanitarios, tales como un certificado fitosanitario y el permiso de importación; entre otros casos, podría simplemente no permitirse la entrada del producto a Canadá, en tanto no se haya completado una evaluación del riesgo de plaga. Para evitar el rechazo en la frontera, se recomienda a los exportadores mexicanos tramitar el Certificado Fitosanitario Internacional, el que debe de obtener en México, en la Secretaría de Agricultura, Ganadería y Desarrollo Rural.
- Normas de calidad; Algunos productos de importación están amparados por el Reglamento sobre Frutas y Verduras Frescas (Fresh Fruit and Vegetable Regulations, FFVR) y, consecuentemente, se debe de respetar al menos la categoría mínima establecida para los productos canadienses, es decir, los estándares mínimos (color, tamaño) que deben de cumplir los productos exportados a Canadá. Para el aguacate no se han establecidos requisitos de categoría mínima.
- Normas técnicas; Se deben de respetar los tamaños preestablecidos para el empaque de algunos productos, en los

términos del FFVR. En particular tales disposiciones existen actualmente solo para cebollas y zanahorias.

- Regulaciones aplicables a la importación de productos alimenticios frescos; El servicio Único de Etiquetado para Alimentos, tiene por objetivo la inspección del etiquetado para alimentos.
- Regulaciones relativas a los envases: El envase varía de acuerdo al tipo de producto. Generalmente productos blandos de buena calidad, deben de ser empacados en cajas de madera, cartón o envase de plástico individual. Estos envases deben de contar con la ventilación adecuada, y deben de mostrar la siguiente información:
 - Nombre del producto y variedad,
 - Grado de calidad,
 - Peso por caja en libras y kilogramos,
 - Número de piezas por caja,
 - País y región de origen. Para ello deberán utilizarse alguna de las siguientes expresiones, seguido del nombre del país: “Product of, Produce of, Grow in”
 - Nombre y dirección del productor, empacador y/o exportador,
 - Número de lote, para identificar cada embarque. Para ellos deberá utilizarse alguna de las siguientes expresiones: “Lot number; Lot No., Lot, (L).

Los documentos que se presentan en el Anexo A se basan en la primera exportación que se llevará a cabo a nuestro cliente de Canadá, Choices Super Markert, basados los datos del contrato celebrado en la fecha del 16 de Diciembre de 2005.

5.8 Comunicación y promoción

La forma mediante la cual se contacto al cliente potencial extranjero, fue dentro de una Feria Alimentaria 2005, que se llevó a cabo en el Palacio de los Deportes, México DF.

La feria es una forma de comunicación directa con el cliente, ya que se da a conocer más ampliamente el producto que se ofrece, así como las características más sobresalientes de la empresa. También existe un mayor grado de confianza por parte del cliente, por el hecho de que se tiene más cercana e inmediatamente la posibilidad de visitar las instalaciones de la empresa, para verificar que esta cuenta con la capacidad de poderle proveer el producto requerido y que es de buena calidad.

Para la comunicación y promoción del aguacate en Canadá, se consideran los siguientes canales de distribución, que va en el siguiente orden:⁹

- **Broker:** Los brokers son intermediarios comerciales que asumen la responsabilidad de realizar todos los negocios necesarios para importar mercancías, en específico el aguacate dentro de Canadá, desde la compra, el embarque y la inspección hasta el envío del fruto, en representación de mayoristas.
- **Importador:** Es el intermediario clave de los canales de distribución canadiense. El importador se encarga de hacer llegar a los mayorista el fruto y en algunos casos hasta los detallistas. Este mismo toma la responsabilidad de liquidar todas las obligaciones derivadas por la transacción del aguacate.
- **Mayorista:** Aunque en lo general los mayoristas están orientados hacia las cadenas de autoservicio existen algunos independientes. Los brokers e importadores contactan a un mayorista para comercialización y distribución del aguacate.
- **Cadenas de mercado:** Los consumidores canadienses compran en su mayoría alimentos frescos en supermercados, los cuales ofrecen una gran variedad de productos alimenticios, por lo que estas son una de las mejores opciones para dar a conocer el aguacate tipo hass mexicano.

⁹ Guía básica de exportación sectorial, Op. Cit., Pág. 212.

- Tiendas de abarrotes o especializadas: Las tiendas de abarrotes o especializadas satisfacen el consumo de una buena parte del mercado canadiense ofreciendo buena ubicación y horarios accesibles. Todas sus compras se realizan mediante importadores y mayoristas, por lo tanto es una buena opción para que el fruto se desplace al consumidor final.

Mediante estos canales se espera dar a conocer la calidad del aguacate tipo hass de Rancho San José Tenango, así mismo irlo promocionando gradualmente. Aunque se sabe que la mejor promoción del producto es la calidad del mismo.

5.9 Resultados esperados

5.9.1 Incremento de mercado

Rancho San José Tenango busca formar parte de la gama de exportadores exitosos mexicanos, que en muchos de los casos son pieza fundamental del abastecimiento de productos agrícolas a otros países, como lo es el caso en específico del aguacate tipo hass.

Se busca también diversificar a mediano plazo la lista de clientes extranjeros tanto de Canadá como de otros países, para la comercialización de nuestro producto.

En la investigación de mercado hecha por Rancho San José Tenango a Québec Canadá, se descubrió que la manera exitosa de comercialización de productos orgánicos, en específico el aguacate tipo hass, se da a través de cadenas de supermercados especializados en estos productos, como lo es su cliente Choices Super Market, por lo tanto, con la excelente calidad del producto y el buen precio que este ofrece, se planea promocionar el producto a otras cadenas comerciales tales como Capers, Urban Fare y mayoristas como Wild Wets Organics y Pro Organics, que se encuentran en Canadá, para que a final del 2006, al menos se tengan tres nuevas propuesta de exportación a algunas de estas cadenas comerciales y en lo sucesivo exportar a otros países.

5.9.2 Crecimiento de la empresa

Con la diversificación del mercado que se logrará a partir de este primer proyecto de exportación de Rancho San José Tenango a Québec Canadá, se sabe que el abastecimiento a dichas cadenas comerciales o mayoristas será de manera fructífera, ya que los árboles de aguacate empiezan en su etapa de máxima producción del fruto. A medida que se incrementa la demanda del fruto, se debe de tomar en cuenta que la producción de aguacate de Rancho San José Tenango tiene un límite, por lo tanto el incremento de clientes potenciales extranjeros y el no contar con la producción necesaria para el abastecimiento a dichos clientes, puede ser una barrera importante para el crecimiento de la empresa. Se conoce también que dentro de la población donde está situado Rancho San José Tenango, se encuentran pequeños productores con grandes probabilidades de crecimiento, que no cuentan con la infraestructura adecuada para ser competitivos en el mercado extranjero, para ello se está pensando en la formación de una sociedad con esos productores, ya que para Rancho San José Tenango no resulta viable en estos momentos la compra de estos terrenos. De esa manera a corto plazo las dos partes resultarán ampliamente beneficiadas, puesto que la inversión que se tendría que hacer ya sería mínima.

Con lo antes planteado se vislumbra un panorama en el cual la empresa tenga aun más el personal capacitado para la continuidad de la exportación, aprovechando al máximo las oportunidades y ventajas que nos ofrece el mercado canadiense. De igual manera esto se verá reflejado en la mínima pero eficiente inyección de recursos para el desarrollo operativo de la empresa (humanos, materiales y capital), obteniendo cada vez mayores ganancias que no sólo beneficiarán a los socios, accionistas o cuerpo administrativo de Rancho San José Tenango, sino que beneficiará de manera social, generando mejores fuentes de empleo que logren una satisfacción total de las necesidades del personal más importante de Rancho San José Tenango SA de CV.

5.9.3 Resultados financieros

a) PLANEACIÓN FINANCIERA

Con base a la información del proceso productivo y los gastos que conllevan a la producción del fruto, se proyecta para el 2006, los siguientes presupuestos:

- Presupuesto de Producción

Se cuenta con 328 árboles de aguacate, que de acuerdo con la edad de estos, se estima una producción de 1,450 aguacates por árbol.

$328 \times 1,450 = 475,000$ Producción anual

Como se cuenta con un producto de alta calidad, cada kilogramo de aguacate, contiene 5 piezas de este.

$475,000 / 5 = 95,120$ Kilogramos anuales

El inventario inicial de materia prima es el siguiente:

$3,200 \text{ Kg.} \times \$ 5 \text{ (costo de venta)} = \$16,000$

- Presupuesto de ventas

Durante enero y febrero 2005 se programa de venta del inventario inicial a un precio de \$8 el kilogramo. Las ventas de la producción del este año, empezarán después de la primera cosecha de Junio. Mediante un estudio de mercado se observó que las máximas ventas son en julio y agosto, a razón de la frescura del fruto. Posteriormente en septiembre y octubre las ventas van en declive al igual que en noviembre y diciembre. Esto también afecta el precio de venta, ya que a mayor frescura del fruto, es el mayor grado de utilidad de la venta por kilo.

Mes	% de venta	Producción
Enero	50%	2005
Febrero	50%	2005
Marzo		
Abril		
Mayo		
Junio		
Julio	33%	2006
Agosto	25%	2006

Septiembre	16%	2006
Octubre	8%	2006
Noviembre	7%	2006
Diciembre	7%	2006
	<hr/>	
	96%	El resto se queda en inventario

- Presupuesto de Materia Prima Indirecta

La materia prima indirecta que interviene en el proceso de producción del aguacate son: abono, fertilizante y agua.

Abono: La cantidad de abono a utilizar es de 14 Kg. por árbol, que es de acuerdo a la edad de los mismo, el cual se distribuirá en tres partes: 50 % Marzo, 25% Mayo y Julio el resto. El precio por kilogramo es de \$15.

14 Kg. x 328 árboles = 4,592 Kilos de abono
 4,592 x \$15 costo = \$ 68,880
 Marzo \$ 34,440
 Mayo 17,220
 Julio 17,220
 \$68,880

Fertilizante: El fertilizante se utilizará tres meses antes de la primera cosecha y tres meses después. Se utilizará 2 litros por árbol en cada periodo de fertilización. El costo de este es de \$ 32 litro.

2 lts x 328 árboles = 656 litros por periodo
 656 x \$32 = \$20,992 por periodo
 Marzo \$ 20,992
 Septiembre 20,992
 \$ 41,984

Agua: Se utilizan 5 tandas de agua al mes. El precio de cada tanda es de \$120.

- Presupuesto de mano de obra directa

Las jordanas de trabajo son de 8 horas diarias, con seis días de trabajo a la semana. El salario que se les paga a los trabajadores es de \$110 diarios. Este presupuesto se determina considerando el personal necesario para desarrollar diversas actividades tales como: mantenimiento de árboles, poda si se requiere, recolección del fruto,

empaques, etc. En un principio se cuenta sólo con 10 personas porque no se requiere de más, hasta que empiece la recolección en junio y que se ha programado contratar 15 trabajadores más. También se cuenta con un supervisor, al cual se le paga \$215 al día.

\$110 x 30.4 días = \$3,344 al mes por trabajador

\$3,344 x 20 trabajadores = \$66,880

\$215 x 30.4 días = \$ 6,536

\$73,416 Total erogación mano de obra mensual

- Presupuesto costos indirectos de fábrica

Una vez recolectado el aguacate, se empaqueta y etiqueta para su exportación, con material especialmente diseñado para el cuidado y la distinción de las características del fruto.

Empacado: se realiza en cajas especiales dentro de las cuales caben aproximadamente 20 Kg. del fruto.

92,632 Kg. / 20 Kg. = 4,681 cajas

Etiqueta: Es mandado hacer en cantidad por metros. Un metro de este material equivale a 10 etiquetas.

1 metro = 10 etiquetas

469 metros = 4,681 etiquetas

El precio de las cajas por pieza es de \$ 19

\$ 19 x 4681 cajas = \$ 88,939

\$ 27 x 469 metros = \$ 12,663

Prorrateso de Costos Indirectos de Fábrica con base al porcentaje de ventas mensual del año 2006

MES	% de venta	Mat. Empaque	Mat. Etiquetado
Enero	0.5 %	23	2.5
Febrero	0.5%	23	2.5
Marzo	0 %	0	0
Abril	0%	0	0
Mayo	0%	0	0
Junio	0%	0	0
Julio	40 %	1,872	188
Agosto	30 %	1,404	140

Septiembre	16 %	749	75
Octubre	6 %	281	28
Noviembre	4 %	188	19
Diciembre	3 %	141	14
Total	100 %	4,681 piezas	469 metros

- Los gastos generales durante el año 2006, son los siguientes:

Sueldos	\$ 308,800
Luz	18,000
Teléfono	5,950
Combustible	4,250
Mtto. Equipo	2,800
Impuestos y derechos	3,920
Seguros	5,750
Honorarios	<u>16,850</u>
	\$ 366,320

Se programa pagar impuestos generados después del análisis financiero correspondiente.

También se programa la obtención de un préstamo al Sr. Eleazar Luna, por la cantidad de \$200,000, cantidad que se empezará a pagar desde el mes de Julio, con un interés del 10% anual.

Para los pagos que efectuará el cliente, se acordó un anticipo como garantía del 30% sobre el total de la venta, que se le descontará posteriormente del pago total por la venta.

Información adicional:

El inventario de MPD al 01-Enero-2006

Kilogramos osto KG		Costo de ventas
3,200	5	16,000

INVENTARIO MPD 2006
PIEZAS

MES	PIEZAS
Enero	16,000
Febrero	-
Marzo	-
Abril	-
Mayo	-
Junio	158,532
Julio	118,902
Agosto	79,266
Septiembre	50,250
Octubre	23,314
Noviembre	22,668
Diciembre	<u>22,668</u>
	491,600 / 5 piezas = 98,320 Kg

INVENTARIO MPD 2006
KILOGRAMOS

MES	Existencia	Venta	Acumulado
Enero	3,200	1,600	1,600
Febrero		1,600	-
Marzo	-		
Abril	-		
Mayo	-		
Junio	31,706		31,706
Julio	23,780	31,706	23,780
Agosto	15,854	23,780	15,854
Septiembre	10,050	15,219	10,685
Octubre	4,662	7,610	7,737
Noviembre	4,534	6,659	5,612
Diciembre	<u>4,534</u>	<u>6,658</u>	<u>3,488</u>
	98,320	94,832	<u><u>3,488</u></u>

El desarrollo del presupuesto, así como los Estados Financieros y el análisis de los mismos, se presenta en el Anexo B.

5.9.4 Evaluación del proyecto

Se sabe que la planeación para las empresas, evita muchos contratiempos a los cuales se pueda enfrentar durante su desarrollo operacional, por lo tanto la aplicación de un Plan de negocios en Rancho San José Tenango resulta viable, para la obtención de los mejores resultados.

Esta planeación muestra claramente que la empresa cuenta con inversión suficiente ya que existe una clara diferencia de los bienes y derechos de Rancho San José Tenango entre sus obligaciones y deudas. El único inconveniente que se le encuentra a esta situación, es que la productividad de los recursos invertidos todavía no superan su porcentaje de inversión de más del 20%, y una de las razones principales de esto, es que la productividad de los árboles les falta llegar a su máxima edad de rendimiento, además de que el precio de venta no es estable, por lo cual al bajar el precio del producto, baja su productividad sobre su inversión.

Se debe de tomar en cuenta que la producción de aguacate para este plan de negocios es estimada, y puede variar con tendencia a mayor número de unidades producidas, ya que en este plan sólo se consideró el término medio de producción de los árboles.

Cabe mencionar que con la aplicación del plan se aumentará en casi 100% la productividad que tenga directamente el activo fijo en comparación con el 2005, lo cual se muestra en plan por la duplicación de las ventas. Este incremento de las ventas se ve favorecido por el abastecimiento seguro que se le dará del producto al cliente Choices Super Market, el cual absorberá más del 90% del total de la producción de Rancho San José Tenango.

Aunque el porcentaje de la utilidad generada por las ventas aun se considera mínimo, se da por aceptado, tan sólo por el hecho de que la empresa en esta ocasión incurre a más costos por cuestión de exportación.

Una barrera que se consideraría de gran importancia, y que ya fue mencionada, es la capacidad de abastecimiento de aguacate a otros

clientes extranjeros, sin embargo se tiene la confianza de la aplicación de nuevas estrategias de planeación, como es la asociación con otros productores, ya que la inversión no sería excesiva y sin embargo el abastecimiento a los clientes es de forma segura, lo cual se reflejaría en la consolidación de la empresa en un mercado internacional, al cual se le ofrecerá cada vez más un precio más competitivo.

El plan refleja que se llega a la expectativa de no incurrir en costos de producción por más de un 60% del total de los ingresos por ventas, lo cual demuestra el serio compromiso que tendrían los productores directos en aprovechar al máximo los recursos invertidos.

Se podrá tomar en cuenta la adquisición de un préstamo que se tiene planeado, porque es menor del 25 % sobre el total del capital social, por lo tanto no comprometería seriamente la estabilidad de la inversión hecha por los accionistas en Rancho San José Tenango.

Como conclusión final del plan, se da por sentado el éxito de la incursión del aguacate tipo hass a Québec Canadá, teniendo en cuenta la creación de nuevos planes y estrategias que hagan de Rancho San José Tenango, una empresa altamente competitiva con su participación tanto en el mercado canadiense como a nivel mundial.

C O N C L U S I O N

La apertura comercial es el resultado de un avance rápido y continuo de la ciencia, tecnología y comunicación, que ha orillado a México a irse actualizando en sus diversas áreas. Este avance ha tenido repercusiones tanto negativas como positivas en el aspecto político, económico y social del país.

Pero no es responsabilidad de esta apertura que algunos sectores económicos del país aún no se encuentre favorecidos o no se tengan los resultados esperados, más bien, es responsabilidad directa de la estructuras inadecuadas y de los gobernantes. De las estructuras inadecuadas porque al parecer no están diseñadas para favorecer de manera justa a los individuos, y de los gobernantes porque como siempre, anteponen sus intereses personales al bienestar de los gobernados.

Es muy cierto que a esta apertura comercial no se le han visto los grandes resultados esperados en un principio, pero es más cierto, para que un país tenga un progreso constante en todas sus ramas no debe de vivir aislado e incomunicado con el exterior. Lo mismo sucede en el ámbito de los negocios, cuando una empresa tiene que proveer a sus clientes de sus productos, ya sea que el cliente la elija por contar con una buena calidad o por su accesibilidad en precios, ésta también tiene la libre decisión de poder adquirir sus insumos y maquinaria en su país o en el exterior, pudiendo tomar en cuenta la mejor opción para la empresa.

Cabe destacar, que no se deben de menospreciar los distintos apoyos y programas que se han implementando para impulsar a los interesados en la exportación o importación, ya que han jugado un papel muy importante para que los empresarios se animen en incursionar al mercado global, sólo se tendrían que reestructurar aquellos renglones en los que todavía no se encuentran claramente estipulado a quienes debería de beneficiar esta apertura.

Un sector que no se ha visto favorecido de manera debida y que no se ha explotado en su totalidad, es el sector agrícola. Hay que recordar que México es un de los países privilegiados al poseer factores ambientales y climáticos para la producción orgánica, y mas sin embargo los resultados

obtenidos no han mostrado aún esta ventaja en comparación con otros países. Esto no es solo responsabilidad de factores externos al productor o productores, sino también juega un papel muy importante el desconocimiento de información básica para la exportación o importación de insumos, además de que a falta de una cultura emprendedora en negocios, a los productores les resulta más fácil y cómodo vender sus terrenos o malgastar el apoyo económico que se les brinda y ser jornaleros por un pago mísero, que aventurarse al mundo de los negocios.

El desarrollo económico del país estará dado en la medida de que los distintos interesados, ponga de su parte, para la creación de apoyos, programas, e incentivos económicos, y que a su vez estos sean aplicados de manera justa y equitativa.

Considerando que el objetivo principal de esta investigación, es presentar información básica relacionada con la exportación de un producto orgánico, además de analizar los diversos factores que han venido influyendo en la apertura comercial del país, propongo este trabajo como una herramienta útil para los diversos interesados en la exportación de aguacate.

Para finalizar considero prudente recalcar la importancia de que el profesionalista en contabilidad debe de adentrarse más en el campo de los negocios internacionales e informarse de la problemática de este, ya que en un corto plazo resultará básico saber acerca de los efectos de estos en el país, para una óptima toma de decisiones, dentro de una empresa que no necesariamente se desenvuelve en el mercado internacional.

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

Trejo Vargas, Pedro, Moreno Castellanos, Jorge A. y Moreno Valdés, Hada, **Comercio exterior sin barreras**, Línea universitaria ISEF, México 2004.

Leyva García, Eugenio Jaime, **Importaciones y exportaciones**, Tratamiento jurídico, Ediciones ISEF, México 2004.

Moreno, José María, **Manual del exportador**, Teoría y práctica exportadora, 4ta. Edición, Ediciones Macchi, México 1993.

Minervini, Nicola, **Manual del exportador**, La ingeniería de la exportación, Edit. Mc Graw Hill, México 2002.

Levi, Haime, **Planeación financiera en la empresa moderna**, Ediciones ISEF, México 2000.

Fleitman, Jack, **Negocio exitosos**, Edit. Mc Graw Hill, México 2000.

Flores Paredes, Joaquín, **El contexto del comercio exterior en México**, Retos y oportunidades del mercado global, UNAM FESC, México 2001.

Lerma Kitchner, Alejandro, Comercio internacional, 3ra. Edición, Edit. ECAFSA, México 2000.

W. Eaton, David, **México y la globalización hacia un nuevo amanecer**, Edit. Trillas, México 2001.

Días Leal, Eduardo, **La mentalidad exportadora**, Edit. BANCOMEXT, México 1993.

Martínez Vera, Rogelio, **Legislación del comercio exterior**, 2da. Edición, Edit. Mc Graw Hill, México 2000.

Krugman y Obsfeld, **Economía internacional**, 3ra. Edición, Edit. Mc Graw Hill, Madrid 1995.

Nacional financiera, **Liberación financiera y banca de desarrollo**, 2da. Edición, México 1994.

Arriola Vizcaíno, Adolfo, **Derecho fiscal**, 15va. Edición, Edit. Themis, México 2000.

Guía básica del exportador, Edit. BANCOMEXT, 9na. Edición, México 2002.

La clave del comercio exterior, Edit. BANCOMEXT, México 1999.

Guía de exportación sectorial, Alimentos frescos, Edit. BANCOMEXT, México 2000.

REVISTAS

Bancomext, **Revista Negocios**, Año 13, Número 149, Agosto 2004.

Bancomext, **Guía práctica para la elaboración de un convenio o contrato de exportación, de productos perecederos**, México 2004.

Gazcol, Antonio, Hacia una nueva política de controles de comercio exterior, Documento, México 1997.

Páginas de Web

http://www.avocadosource.com/Journals/CICTAMEX/CICTAMEX_1998-2001/cictamex_1998-2001_TOC.htm

Zapata A. G., Reporte del viaje de estudios del personal de la función a la región aguacatera del Estado de Michoacán, México 1997.

Sánchez, C. S. y M. Rubí A., Panorama de la industria del aguacate en México, Folleto No. 275, Fundación Salvador Sánchez Colín, México 1995.

Martínez B., R., La producción nacional de aguacate y su importancia en el mercado internacional, In: Memoria del VI Curso de aprobación fitosanitaria en el manejo de aguacate, Facultad agrobiología, Uruapan Michoacán 1997.

<http://www.dinero.com.ve/plandenegocios.html>

Terragno, Danila y Leucona, Ma. Laura, **Mercado dinero**

<http://siap.sagarpa.gob/InfOMer/analisis/avocado.htm#hhh>