



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA  
DE MÉXICO**

---

---

FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES  
CUAUTITLÁN

“ANÁLISIS PARA LA ELABORACIÓN  
DE UN PROYECTO DE EXPORTACIÓN DE  
UNA PyME DE LA INDUSTRIA  
TEXTIL Y DE LA CONFECCIÓN”

**T E S I S :**

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:

**LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN**

P R E S E N T A :

**REYNA VALDEZ ROSAS**

**ASESOR: L.C. ALDO VIGUERAS GARCÍA**



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 la U.N.A.M.**

Por haberme brindado un espacio en esta casa de estudios que es un orgullo representar y por haberme dado las herramientas para lograr mi desarrollo profesional.

Y en especial a la Facultad de Estudios Superiores Cuautitlán Campo 4 por permitirme estudiar y encontrar el camino para lograr mis objetivos.

## **A el Profesor Aldo Viguera**

Gracias por el apoyo incondicional, por la asesoría recibida y por compartir sus conocimientos, tiempo y observaciones que a lo largo del desarrollo del presente trabajo me ha hecho y sobre todo, gracias por ser más que un profesor, un amigo.

## **A mis Amigos**

Ustedes son una parte muy importante en mi desarrollo profesional, por lo que les agradezco su apoyo incondicional, y ante todo el aliento para seguir adelante, y superarnos juntos día a día.

## **A mis Padres**

Sofía Rosas Sánchez y Raymundo Valdez Martínez, por estar siempre pendiente de mí, seguir mis pasos día a día, y sobre todo el apoyo moral y económico que siempre he recibido y que agradezco infinitamente.

## **A mi Familia**

A mis tíos y primos por su apoyo constante e incondicional para la culminación de mi carrera profesional.

Gracias por los consejos y colaboración en mi desarrollo personal; la familia es un motor muy importante en mi vida.

## **A Venancio**

Gracias por el apoyo, dedicación y paciencia que siempre me das, por el cariño que me ofreces y por el apoyo moral para seguir adelante y superarme, eres muy importante en mi vida.

Te quiero mucho.

## ÍNDICE

---

HIPÓTESIS	I
PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN	II
OBJETIVOS	III
INTRODUCCIÓN	IV
I EL COMERCIO EXTERIOR EN MÉXICO	1
1.1 Antecedentes	1
1.2 México; Economía y Política Comercial.	9
1.3 Conceptos de Comercio Exterior, Globalización, Balanza de Pagos, Políticas de Comercio Exterior.	13
1.4 Principales Organizaciones Internacionales para la Cooperación Comercial en las que es parte México.	15
1.5 Tratados y Acuerdos Comerciales (Regulaciones Arancelarias), Reglas de Origen.	22
1.6 Normas y Aspectos Generales del Comercio Exterior.	38
1.6.1 Documentos y Trámites de Exportación en México.	38
1.6.2 Términos de Comercio Internacional.	41
1.6.3 Formas de pago Internacional.	44
1.6.4 Contratos de Compra Venta Internacional.	54
II RETOS Y OPORTUNIDADES DEL MERCADO GLOBAL PARA LAS PyMEs.	56
2.1 Clasificación de las PyMEs	58
2.2 Principales desafíos a los que se enfrentan las PyMEs de México en Mercados Extranjeros.	60
2.3 Oportunidades que tienen las PyMEs de México en Mercados Extranjeros	63
2.4 Programas para el apoyo a la Exportación de las PyMEs en México.	65

2.5 Apoyo financiero para el desarrollo de las PyMEs en México.	67
2.6 Productos Mexicanos Competitivos en el Mercado Internacional.	73
2.7 Como mantenerse y desarrollarse en el Mercado Extranjero.	75
III LA INDUSTRIA TEXTIL DESDE EL PUNTO DE VISTA GLOBAL EN MÉXICO.	77
3.1 Comportamiento de la Industria Textil Mexicana en Mercados Internacionales	78
3.2 Participación en el Producto Interno Bruto y Balanza Comercial.	89
3.3 Análisis FODA de la Industria Textil Mexicana.	92
3.4 Instituciones que apoyan a la Industria Textil Mexicana en los distintos Mercados Nacionales e Internacionales.	97
3.5 Como mantenerse y desarrollarse en el Mercado Extranjero.	98
3.5.1 Acuerdo Multifibras.	100
3.5.2 Factores de éxito y Perspectivas.	106
IV PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPORTACIÓN DE LENCERÍA DE ALGODÓN A ESTADOS UNIDOS.	106
4.1 Estructura Organizacional.	106
4.2 Diagnóstico F.O.D.A.	112
4.3 Análisis del Producto.	122
4.4 Análisis y selección de Mercado.	126
4.5 Análisis y Evaluación Financiera.	143
4.6 Documentos y Trámites para la Exportación de Ropa de Algodón.	156
4.7 Viabilidad; Factores de Éxito y Perspectivas.	161
V CONCLUSIONES	165
ANEXOS	168
BIBLIOGRAFÍA	177

## HIPÓTESIS

Si las PYMES Textiles y de la Confección Mexicanas hicieran un análisis de la industria en la actualidad con la finalidad de buscar un plan de negocios adecuado para buscar financiamientos y apoyos gubernamentales para desarrollarse y mantenerse en el mercado extranjero, éstas podrían ser más competitivas; lo que traería mayores beneficios económicos y comerciales para el país.

## PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

- ¿Cuál es la situación actual de la Industria y el Comercio en México?
- ¿Cómo está estructurado actualmente el Comercio Exterior en México?
- ¿Qué oportunidades tienen las PYMES Textiles Mexicanas en el mercado extranjero?
- ¿Cuáles son los principales obstáculos que enfrentan este tipo de PYMES en mercados globalizados?
- ¿Qué ha hecho el gobierno para apoyar la Industria Textil Mexicana?
- ¿Qué programas han implementado las diferentes instituciones en México para apoyar a las PYMES?
- ¿Cómo realizar un plan de negocios de exportación para una organización, con el fin de mantenerse en un mercado extranjero?

## OBJETIVOS

### OBJETIVO GENERAL

Conocer los retos y oportunidades que tiene una PYME Textil Mexicana en mercados globalizados, con la finalidad de obtener apoyos gubernamentales a través de un plan de negocios.

### OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Conocer la situación actual de la Industria y el Comercio en México.
- Describir las políticas comerciales que rigen el Comercio Exterior en nuestro país.
- Analizar la FODA actual de las PYMES Textiles en México.
- Conocer los Apoyos Gubernamentales que se adecuan a una PYME Textil Mexicana.
- Realizar un plan de negocios para la exportación de ropa de algodón, con la finalidad de obtener apoyos gubernamentales para permanecer en mercados extranjeros



## INTRODUCCIÓN

En la actualidad el mercado globalizado limita a las pequeñas empresas a cumplir sus objetivos de crecimiento, por la competencia desleal que brindan empresas extranjeras y piratería en nuestro país. Además de no contar con el apoyo directo de las instituciones bancarias y largos trámites burocráticos, lo que hace aún más difícil buscar oportunidades en el mercado global.

Hasta ahora la atención prestada a las PYME ha sido casi nula. No obstante no se puede subestimar la importancia que para México tienen sus PyME y los efectos de los TLC en ellas. Más del 90% de los negocios que conforman el sector privado (formal e informal) mexicano corresponden a Micro, Pequeñas y Medianas empresas.

Por lo que es de suma importancia que el gobierno de nuestro país enfoque sus esfuerzos en lograr fortalecer las PyME para permanecer en los mercados tanto nacionales como internacionales, haciendo o creando programas de capacitación y garantizando las transacciones comerciales internacionales, comprometiéndose siempre a trabajar con profesionalismo, flexibilidad y disposición de cooperación, para que las PYMES mexicanas logren la permanencia en mercados globalizados.

En el mundo globalizado en el que vivimos, uno de los factores clave para lograr el éxito en los negocios de cualquier índole es la competitividad, lo cual incluye una serie de elementos que interactúan e inciden para que un país logre un desarrollo y un crecimiento económico importantes. Entre los aspectos a tomar en cuenta, y que constituyen un diferencial de gran valor, para que una empresa decida invertir y establecerse en un determinado país están : el social, el geográfico, el económico, el fiscal y el de seguridad, entre otros.

En el caso de México, contamos con algunos de estos parámetros que, en teoría, harán de nuestra nación una buena alternativa para los inversionistas en el sector textil. Por desgracia

los factores positivos, como el geográfico y el bajo costo de mano de obra, son opacados abrumadoramente por la falta de incentivos fiscales.

De aquí la importancia que las PyMEs Textiles realicen un plan de negocios para buscar financiamientos y apoyos gubernamentales de acuerdo a sus necesidades con la finalidad de mantenerse en el mercado extranjero, ya que esto puede asegurar el crecimiento de la competitividad y productividad de nuestro país.

# I EL COMERCIO EXTERIOR EN MÉXICO

## 1.1 Antecedentes

### La época colonial (1522-1810)

El Comercio Exterior de México surge en la Colonia con la invasión de la corona Española a México en 1522, después de múltiples expediciones que dieron como resultado la conquista de México, con la caída de Tenochtitlán, se enmarca la caída de uno de los imperios más poderosos de esta época; en este marco se inicio el saqueo a nuestro país y el comercio con la Corona Española, en esta época México exportaba principalmente oro, plata y artículos agrícolas que en España no existían, éstos extraídos principalmente de las ciudades de Pachuca, Zacatecas, Taxco y Guanajuato, esto apporto a los conquistadores fabulosas riquezas el Comercio sólo se podía dar entre la Nueva España y España, directamente mediante permisos de salida de materiales con destino a España por el puerto de Veracruz que era el único autorizado para este tipo de comercio, lo que provocaba que surgiera el comercio informal y la entrada de productos por otros puertos, como el de Tampico y Campeche que eran principalmente utilizados por piratas y contrabandistas; hacia el año 1810 se inicia la guerra de independencia de México que culmina en 1821 cuando se declara formalmente la independencia de la nueva España.

### El México Independiente (1810-1820)

Después de la Independencia de la Nueva España, el desequilibrio político y social que existía en México era evidente, lo que volvía vulnerable el comercio, ya que a la burguesía criolla le era difícil acumular capital, por lo que hasta antes de 1821 no se podía llamar comercio exterior al intercambio de mercancías entre España y su colonia; así que México inicio su comercio formal con Inglaterra en el año de 1827 con un primer “ Tratado de Amistad, Navegación y Comercio”, en esta época se habilitan los puertos de Mazatlán, Tampico, Acapulco, San Blas, Matamoros entre algunos otros para el comercio exterior; al consumarse la independencia se inicia un periodo de recuperación en el que Estados Unidos inicio la gran batalla para adueñarse el comercio latinoamericano.

### Inicio del comercio México E.U.A. (1821-1876)

El inicio de las relaciones comerciales México EUA provienen del contrabando, que como se menciona con anterioridad una de las principales causas era el monopolio impuesto por los colonizadores para sólo exportar hacia España, por lo que EUA busco la manera de formar relaciones diplomáticas y comerciales ya que junto con Inglaterra y Francia veían a México como un gran botín para el futuro, uno de los principales problemas que se fueron suscitando ocurrió en 1847 cuando México sufrió la intervención norteamericana, ya para 1849 sus relaciones comerciales se habían debilitado, tanto que ahora México exportaba la mayoría de sus productos hacia Europa.

Los productos que México exportaba a EUA eran: metales preciosos, tintes, ganado, especias y en general productos agrícolas, y en cambio México importaba manufacturas, maquinaria, tejidos, transporte, papel, armamentos y granos.

### Porfiriato (1876-1911)

En este periodo México coincide con las ideas capitalistas que predominan en todo el mundo, con la aparición del capital financiero y la exportación de capitales que México venia manejando ya un tiempo atrás. Con estas teorías México estructura su economía basada en el capitalismo liberal ya que se garantizo a los capitalistas nacionales y extranjeros la estabilidad y la seguridad, sacrificando en aras del progreso económico libertades políticas y sociales.

De igual manera la tecnología llega a México, con la introducción de capital extranjero, principalmente norteamericano se dan concesiones para la construcción de las primeras líneas ferroviarias, también a los españoles se les permitió invertir y se establecieron con la industria de hilados y tejidos, a los franceses, el permiso para exportar riquezas naturales y fundar instituciones financieras y de crédito, a los ingleses la mayoría de las concesiones mineral y petroleras, aunque también los norteamericanos y los holandeses tuvieron injerencia en el petróleo.

Así fue como las inversiones extranjeras directas penetraron profundamente en la economía mexicana, constituyéndose en el factor dominante en la minería, ferrocarriles, petróleo,

electricidad, bancos, industria y gran comercio, quedando solo el 25% de la riqueza del país en manos de mexicanos, correspondiéndole al gobierno el 15% de la ganancia y a la débil burguesía sólo el 10 %.

A pesar de las distintas concesiones para extranjeros la economía mexicana en ese entonces se encontraba en equilibrio ya que en este circulaban monedas de oro acuñadas por el Estado, había libertad cambiaria, y el mercado se satisfacía con la producción interna, ya para 1889 el 69% de las exportaciones mexicanas se destinaban a Estados Unidos, el 19.8% Inglaterra, 5.1% Francia, el 4.35 Alemania, y el 1.75% se distribuyo en distintos países.

Debido a lo anterior México entra en una etapa de imperialismo dónde la burguesía nacional hacia gala de su capital financiero, gracias a que en esta época las grandes haciendas dedicadas a la recolección de recursos naturales se encuentran en auge, debido al avance del capitalismo que en esta fase exige alimentos, materias primas tropicales, mineras, metales preciosos y energéticos, todo esto con la finalidad de obtener manufacturas, de todo tipo y con ello lograr la división mundial del trabajo.

#### Revolución Mexicana (1911-1940)

En esta etapa el comercio exterior en México se incremento, debido a la demanda de petróleo por la Primera Guerra Mundial, no obstante solo fue uno de los productos demandados, ya que también los alimentos, armamento, henequén, chicle y maderas preciosas tenían gran demanda y se buscaba su abastecimiento a toda costa, los Estados Unidos principalmente incremento su exportación en un 76.6% .

Al concluir la lucha armada en 1920 , México se vuelve notablemente un país importador debido a que inicia la construcción del país por lo que los gobiernos revolucionarios comienzan a sentar las bases del México moderno que importa el 88.6% del valor de sus exportaciones.

Durante el periodo revolucionario la economía mexicana se volvió frágil, por lo que la inversión extranjera se contrajo, y la demanda interna alcanzo niveles mínimos, debido al

clima de inestabilidad política y jurídica; ya que los ferrocarriles dejaron de funcionar por encontrarse tomados por los distintos grupos revolucionarios.

Ya para 1929 cuando la gran depresión llegó a México hubo cierres de muchas empresas, quebradas ante la crisis, provocada principalmente por la disminución de la inversión pública federal y la caída del índice del volumen de producción manufacturera al igual que las importaciones y exportaciones, y en general casi todos los renglones de la economía decrecieron debido a la depresión; y por ello el valor de las acciones de las compañías petroleras y mineras se cotizaron a la baja, al igual que las compañías de acero, cemento y cerveceras, por lo que hubo desempleo, escasez de algunos productos.

Entre 1920-40, con el reparto agrario, la creación de distritos de riego, la Comisión Nacional de caminos, la Irrigación, los Bancos Nacionales de Crédito Agrícola y Ejidal, se van creando las bases del fortalecimiento del sector primario. “En este sentido las mejores tierras de riego se destinan a remunerativos productos agrícolas de exportación, con lo que se configuró más adelante la estructura actual del comercio Exterior de México, totalmente dependiente de las necesidades agrícolas de productos como tomate, hortalizas, fresas, algodón, café, henequén, camarón, azúcar y otros productos primarios además del petróleo.”<sup>1</sup>

### México Moderno

Entra Lázaro Cárdenas al poder y se caracterizó por poner en práctica medidas para incrementar los niveles de empleo, acrecentar la demanda de bienes y servicios, estimular al sector privado a través de políticas proteccionistas, estímulos fiscales y apoyos financieros a través de la banca de desarrollo etc. En esta etapa se atenuaron las desigualdades sociales, y principalmente la intervención del Estado como rector de la economía, la creación de condiciones favorables para el crecimiento de la producción interna, creadas por la segunda guerra mundial y la guerra de Corea y el proteccionismo estatal a las empresas nacionales que quedaron libres de toda competencia; en el periodo de Ávila Camacho (1940-1946) se redujeron de manera sensible las importaciones de bienes

---

<sup>1</sup> Ortiz Wadgymar, Arturo, Introducción al Comercio Exterior de México p. 44

de consumo masivo demandados por el mercado interno, al tiempo que aumentaba la demanda de materias primas producidas en México, incluyendo algunos productos manufacturados como textiles, alimentos procesados, bebidas, tabaco, y productos químicos, además de reanudar las exportaciones de petróleo suspendidas desde la nacionalización de la industria petrolera en marzo de 1938 lo que permitió al país contar con las divisas necesarias para importar insumos necesarios para sus proyectos de industrialización.

El período que comenzaba abundó en oportunidades con muy poco riesgo para el sector comercial y manufacturero para producir, tanto para el mercado mundial como para el doméstico, hambriento de artículos de todas clases, así como para proveer al gobierno en términos que casi invariablemente rendían grandes utilidades y ocasionaban pocas preocupaciones

El crecimiento industrial en este periodo mantuvo un ritmo de crecimiento sostenido, aunque basado en un mercado cautivo que le proporcionaba la política proteccionista diseñada por el Estado, situación que trajo como consecuencia el desarrollo de empresas sin competitividad con el exterior, que les impidió consolidarse a través de la exportación hacia mercados extranjeros; condición que impediría la creación de una verdadera industrialización moderna e independiente que contribuyera el desarrollo social de México.

El Desarrollo Estabilizador aun representado por el periodo de Adolfo López Mateos y Díaz Ordaz, 1958 1970 en el que registró un incremento anual del producto interno bruto alcanzando del 6 % mientras que la inflación creció a sólo el 3.5 % anual en promedio, más bajo que el índice inflacionario en los Estados Unidos; donde se pasa de producir bienes de consumo masivo a la producción de bienes intermedios, situación que muestra nuevos progresos en la sustitución de importaciones.

El llamado Milagro Mexicano, aunque sostenido no fue equilibrado, pues mientras la industria manufacturera y el sector servicios crecieron de manera notable, la agricultura, silvicultura, pesca quedaron rezagadas.

Ya de 1970 a 1982 la etapa de Crisis y agotamiento del modelo de sustitución de importaciones y la ausencia de un factor dinámico de reemplazo el gobierno se dedicó a promocionar la exportación de manufacturas, la creación del Instituto Mexicano de Comercio Exterior va incluido. A pesar del rápido crecimiento previsto de la demanda interna puede afirmarse que se trata más bien de un resultado autónomo que explicara el rápido crecimiento de la economía. La sustitución de exportaciones tendería a reducir y aún a eliminar el déficit en la balanza de pagos.

Pero en 1976 ocurrió la esperada devaluación, que era necesaria y demostró todos los problemas de raíz que se traían. Durante este periodo el petróleo cayó las reformas necesarias fueron en el recorte del gasto, en las variables externas y en tipo de cambio.

Por lo que el incremento notable en el endeudamiento puso fin al crecimiento que se había alcanzado; y con esto el estancamiento del sector agrícola, la fragilidad del sistema financiero que forzó la depreciación de la moneda nacional respecto al dólar en 60%, al pasar de \$12.50 a \$19.95 por dólar, además de la erosionada cadena productiva tuvieron altos costos para el crecimiento.

La nacionalización del banca en 1982 se tomó como medida de urgencia ante la extrema situación de deuda externa y con esto aumentó la inversión al sector exportador, sobre todo el no petrolero.

El modelo de sustitución de importaciones comprende de 1982 a 1986 y fue respuesta al agotamiento antes mencionado; por lo que en este año desencadenó una crisis económica con efectos importantes, para superarla se requirió de la aplicación de programas de ajuste macroeconómico y el desmantelamiento de las estructuras económicas proteccionistas para construir las bases orientadas al exterior. En este nuevo modelo el Estado se repliega y el mercado asigna los recursos económicos.

“La apertura externa comenzó de forma unilateral con el Programa Nacional de Fomento Industrial y Comercio Exterior (Pronafice 1984-1988), y con el de Fomento Integral a las



exportaciones (Porfies, 1985). Sin embargo pronto se evidenciaron los pocos instrumentos jurídicos de México para defender sus exportaciones o negociar más apertura con otros mercados. Así en 1986 México entra en el GATT, por lo que pronto se observó la disminución de aranceles.”<sup>2</sup>

### Globalización, Neoliberalismo y Apertura Económica

Con la entrada de México al GATT en 1986 se enmarcan una serie de acontecimientos importantes para el comercio exterior de México; ya que a partir de la entrada del sexenio de Carlos Salinas de Gortari el neoliberalismo llega a nuestro país; este presidente cree que las naciones pueden cooperar, porque hacerlo es positivo para la consecución de sus intereses y objetivos, que es uno de los principios del neoliberalismo, por lo que este aceleró la privatización de las empresas del Estado y modificó las regulaciones restrictivas del comercio e inversión para incentivar la inversión extranjera, permitiendo incluso el control mayoritario de las empresas a los inversionistas extranjeros. Lo que en un futuro se transforma en la firma del primer tratado de libre comercio, que México firma de manera formal.

Ante un clima de inseguridad nacional, y con la aparición del EZLN en Chiapas en 1994 ante la salida de Carlos Salinas de Gortari del Poder; Ernesto Zedillo Ponce de León ganó las elecciones presidenciales, el cual se enfrentó casi de inmediato con una de las peores crisis financieras de México, provocada por un déficit de aproximadamente 30.000 millones de dólares en su cuenta corriente, a partir de ese momento éste tuvo que enfrentarse a una vertiginosa subida de la inflación, a la disminución de la confianza de los inversores y, a los ojos de la mayoría de los economistas, a una recesión prolongada, y con el desafío de que en este año entra en vigor el primer tratado de libre comercio firmado en 1992 por el ex presidente, bajo este marco México le da la bienvenida a la Apertura Económica y con ello a el cambio en la economía nacional, cada vez más integrada en un sistema social abierto e interdependiente, sujeta a los efectos de la libertad de los mercados, las fluctuaciones monetarias y los movimientos especulativos de capital. No obstante todos

---

<sup>2</sup> Acuerdo de asociación económica México - Japón: ¿Economías complementarias o convergencia de intereses?, COMERCIO EXTERIOR VOL.55, núm. 4, Abril 2005 p. 33

los acontecimientos políticos y sociales que se dieron desde 1994, la Apertura Económica en general fue buena ya que la mayoría de los productos que se exportaron en ese año al margen del Tratado se vieron beneficiados; por lo que las exportaciones pasaron de representar 11% del PIB al principio del sexenio a 27% al final de este.

De esta manera cuando termina el sexenio de Ernesto Zedillo Ponce de León viene un cambio político en el gobierno de México, debido a que en los comicios del 2 de Julio del 2000, dejan al país en manos de Vicente Fox Quesada el auto nombrado primer presidente de la democracia, por ser el, quien después de 70 años de gobierno Priista deja a estos una dolorosa y humillante derrota; aunque durante el mandato de este presidente no se observan grandes cambios en la política de comercio exterior ya que continua los pasos de Ernesto Zedillo al reconocer que nuestro país ya es parte del neoliberalismo y lo único que le resta es seguir apoyando la apertura económica; durante su gobierno se crea el Plan Nacional de Desarrollo 2001-2006 que no es otra cosa que un documento en el que se plasman las necesidades de incrementar la especialización de los procesos productivos, desarrollando competencias que le permitan integrar cadenas productivas para participar en forma activa en el comercio mundial.

Asimismo, sectores agrarios protestaron por la negativa presidencial a renegociar con Estados Unidos los acuerdos agrícolas y ganaderos del Tratado de Libre Comercio Norteamericano. Por último, el empresariado consideró insuficientes los estímulos aplicados para impulsar la prometida reforma socio-económica. Además, el programa político de Fox se vio dificultado por la situación de minoría parlamentaria del PAN, lo que se tradujo en que las iniciativas promovidas desde su gobierno fueran detenidas, o se vieran muy enmendadas (como le sucedió al proyecto de ley de reforma fiscal), en la instancia legislativa.

En la actualidad, al final del sexenio nos encontramos con un país que tiene firmados 12 Tratados de Libre Comercio, los cuales convierten a México en un país con capacidad para exportar y con necesidad de seguir adelante con los ajustes que demanda el mundo globalizado y con el año electoral en el que las propuestas de los candidatos no dejan ver el

plan que nos depara en el futuro de las exportaciones; por lo que el reto para México será salir adelante con y a pesar de los gobernantes.

## 1.2 México; Economía y Política Comercial

### MÉXICO

México se localiza en los hemisferios Norte y Occidental, en América del Norte, es atravesado por el tóxico de cáncer, que, junto con un relieve muy accidentado, ocasiona gran variedad de climas y convierte a México en escenario de gran diversidad de paisajes, además de tener extensos litorales en los Océanos Pacífico y Atlántico, que facilita las comunicaciones y el comercio. Los límites y la extensión de México incluye superficie continental, islas, mar patrimonial y espacio aéreo.

Extensión del territorio de la República Mexicana	
Extensión territorial	1,964,375 km <sup>2</sup>
Superficie Continental	1,959,248 km <sup>2</sup>
Islas	5,127 km <sup>2</sup>
Mar Patrimonial	2,275,012 km <sup>2</sup>
Total	6,203,762 km <sup>2</sup>

Estados Unidos Mexicanos  
www.inegi.com

Por su situación geográfica, México limita con tres países: al Norte con Estados Unidos de América, uno de los países más desarrollados del mundo, a lo largo de 3,152 km, desde el Monumento 258 al noroeste de Tijuana hasta la desembocadura del Río Bravo en el Golfo de México lo que facilita el movimiento de mercancías, ideas y personas entre ese país y los Estados de Baja California, Sonora, Chihuahua, Coahuila, Nuevo León, Tamaulipas y en general con México; en el sureste con Guatemala, con una extensión de 956 km, y con Belice de 193 km (No incluye 85.266km de límite marítimo de la bahía de Chetumal). Los Estados fronterizos del sur son: Chiapas, Tabasco, Campeche y Quintana Roo.<sup>3</sup>

Su división política actual establece que la superficie territorial se divide en 31 entidades federativas cada una de las cuales es libre y soberano, más la capital del país que es el

---

<sup>3</sup> www.inegi.com.mx

Distrito Federal, que por su importancia política y económica ha ocasionado el crecimiento desmedido de la zona urbana.

El crecimiento de la población es del 1.8 % anual con un total actual al mes de octubre del año 2005 de 103.1 millones de habitantes distribuidos de la siguiente manera:

- Hombres: 50.1 habitantes
- Mujeres: 53.0 habitantes
- Población joven en edad escolar : 46.63% menor a 25 años.
- Edad promedio en el país de 25 años.
- Población urbana : 74%.
- Porcentaje de crecimiento de la mano de obra : 2.8%.
- Índice de natalidad : 21.07 nacimientos / 1000 habitantes.
- Índice de mortalidad : 4.22 muertes / 1000 habitantes
- Esperanza de vida : 75.6

Fuente : INEGI y CONAPO

En México como en muchos países las migraciones de sus habitantes de las áreas rurales a áreas industrializadas o inclusive a los Estados Unidos ha dejado prácticamente despoblado gran parte de los Estados, esto ocasionado por el bajo nivel económico que alcanzan en su estado de origen.

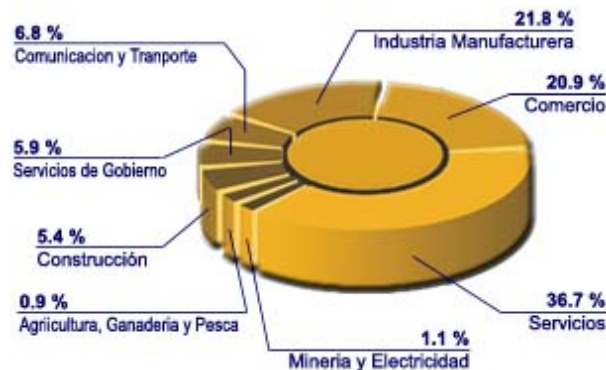
México es rico en flora y fauna, no obstante sus recursos naturales han sido sobre explotados de manera inconsciente lo que ocasiona que esta se encuentre en gran medida en peligro de extinción, ya sea por desconocimiento de los habitantes de nuestros bosques o por ambición de cazadores furtivos. Por lo que respecta a uno de los recursos naturales no renovable que tiene una participación importante en la economía mexicana como es el petróleo, este se encuentra en uno de los mejores años en cuanto a costo en el extranjero, su precio se ha estimado en casi 50 dólares el barril, todo esto no lo exime de encontrarse en peligro, debido ha que su infraestructura data de hace 60 años, lo que lo vuelve susceptible de derrames lo que nos hace perder tanto material como recursos naturales por su alto contenido contaminante.

## ECONOMÍA

México es la 12va economía del mundo, según datos publicados por el Banco Mundial, en Julio del 2005; ha tenido un crecimiento promedio anual superior al 6% en los últimos 6 años, por lo que el PIB se ha mantenido en un crecimiento promedio anual superior al 5.6 % , la inflación anual paso de 8.96% a 4.40 % entre diciembre del 2000 al mismo mes del 2001.

La distribución de la población Económicamente activa se encuentra distribuida a lo largo del país, en el Norte se encuentra el 72.7 % y en el sur 27.3% de un total de 40 millones de personas de las cuales el 21.8 % de la Población Económicamente Activa trabaja en el sector Manufacturero y el 36.7 % en el sector servicios.

Porcentaje de la Población Económicamente Activa Distribuida por Sectores



www.mexico.com

De acuerdo con los Censos Económicos 2004, en México a la fecha existían en ese año 4,290,108 unidades económicas, que daban empleo a 23,197,214 personas.

La información censal indica que del total del personal ocupado, 62.2% eran hombres y 37.8% mujeres. Existen sectores económicos que se caracterizaron por tener una participación predominante de hombres: Pesca y acuicultura animal con 92.2%; Minería con 90.2%; Electricidad, gas y agua que ocupó 82.8%; Construcción que contó con 93.6%; Industrias manufactureras que tenían 64.7% y Comercio al por mayor que abarcó 75.4%. En cambio, donde existía una mayor presencia de mujeres fue en los Servicios educativos con 61.2%; Servicios médicos y asistencia social con 55.1% y los Servicios de alojamiento y preparación de alimentos con 51.1 por ciento.

## POLÍTICA COMERCIAL

En los últimos años las exportaciones se convirtieron en el pilar del crecimiento económico mexicano, México se ha convertido en la doceava potencia comercial mundial y la primera en América Latina, con una participación del 44 por ciento en las exportaciones y 49 por ciento en las importaciones totales de la región.

México es uno de los principales exportadores a nivel mundial, durante 1994-2005, las exportaciones constituyeron un pilar fundamental en el crecimiento económico y contribuyeron con más de la mitad del crecimiento del PIB; por lo que las exportaciones ya contribuyen en forma muy determinante en la recuperación y crecimiento de la economía.

“Debido a esto en el 2004 las exportaciones totales se incrementaron a una tasa anual de 11.5 por ciento. La mayor demanda estadounidense favoreció el crecimiento en las exportaciones manufactureras de México, revirtiendo el relativo estancamiento observado en los tres años previos. Las exportaciones petroleras avanzaron por dos vías: El ascenso en el precio internacional del crudo y la reducción de la oferta mundial de hidrocarburos; Durante el primer trimestre del 2005, debido al avance mostrado por las ventas al exterior de crudo, y en menor medida de productos manufactureros, la exportaciones totales aumentaron 4.8 por ciento en el comparativo anual.”<sup>4</sup>

De acuerdo al Programa de Desarrollo Empresarial 2001-2006 (PDE), las líneas de acción se han orientado a impulsar mayores niveles de competitividad en el sistema productivo mexicano, especialmente de las micro, pequeñas y medianas empresas, a través de la mejoría en las condiciones de acceso al financiamiento, la formación empresarial, la capacitación y el impulso a la innovación tecnológica, que a su vez permiten sostener tasas elevadas de crecimiento económico en el mediano plazo. Asimismo, se han realizado esquemas de apoyo a la iniciativa emprendedora de las personas de menores recursos, a fin de garantizar que existen las condiciones para que toda iniciativa se concrete en un proyecto productivo exitoso.

---

<sup>4</sup> Lineamientos de Política Económica [www.presidencia.gob.mx](http://www.presidencia.gob.mx)

La inserción y consolidación de México a la economía global sigue siendo uno de los objetivos fundamentales para propiciar el crecimiento de la industria y los servicios que facilite el acceso a mejor nivel de vida para la población.

### 1.3 Conceptos de Comercio Exterior, Globalización, Balanza de Pagos, Políticas de Comercio Exterior

Las relaciones que mantiene nuestro país con el exterior son de distintos índoles de importancia económica, política y social por lo que es de suma importancia aclarar algunos términos que se relacionan directamente a estos aspectos de carácter nacional y aún más internacional para tener una visión general del trabajo que a lo largo de este texto se mencionará frecuentemente, uno de los más importantes es Comercio Exterior que es:

“Conjunto de transacciones comerciales que realizan todos los países del mundo entre sí. El comercio internacional está representado por las importaciones y las exportaciones de los países. Algunos aspectos importantes que es necesario estudiar en el comercio mundial son volumen de importaciones y exportaciones, aranceles, tipo de cambio, división internacional del trabajo y transporte.”<sup>5</sup>

En un país como México, las relaciones económicas con otros países son muy importantes ya que en un país en vías de desarrollo, la profundización de las relaciones económicas y la transnacionalización de la economía a nivel mundial depende de lo que se llama la Globalización que es:

“... un proceso dinámico de la sociedad, de la economía, las finanzas, el comercio, la política y la cultura en todo el mundo. Por esta razón se puede hablar de globalización económica, cultural, financiera, comercial, productiva e incluso deportiva.

Globalización económica se refiere a un incremento de la internacionalización de los procesos productivos y del capital, lo cual significa que muchas decisiones económicas no se toman a nivel nacional, sino en el mundial. La globalización económica implica:

---

<sup>5</sup> Méndez Morales, José Silvestre Problemas Económicos de México, 5º ed. Mc Graw Hill p. 315

- La formación de mercados globales.
- La integración de cadenas productivas internacionales.
- La expansión del capitalismo en todas sus formas.
- La internacionalización del capital
- La internacionalización de las empresas y todas sus actividades productivas.”<sup>6</sup>

Así podemos decir que las relaciones económicas con el exterior se registran mediante un documento que se llama Balanza de Pagos que básicamente es :

“Documento en el que se registran sistemáticamente las transacciones económicas de un país con el exterior, representadas por compras y ventas de mercancías, movimientos de capital y transferencias de tecnología.”<sup>7</sup>

La balanza de pagos de nuestro país está integrada por cuatro grandes conceptos:

- Cuenta corriente (también llamada balanza en cuenta corriente)
- Cuenta de capital (también llamada balanza de capital)
- Errores y omisiones
- Reservas

La Política Económica Exterior que es “la parte de la política económica general que se encarga de estudiar, proponer y aplicar medidas, mecanismos e instrumentos que se refieren a las relaciones económicas con el exterior...”<sup>8</sup> cuyo objetivo principal debe ser contribuir a la política económica en general a lograr el desarrollo socioeconómico y sustentable del país.

Y esta se divide a su vez en la Política de Comercio Exterior que es “ el conjunto de acciones que realiza el Estado en materia de importaciones y exportaciones de mercancías y

---

<sup>6</sup> Méndez Morales, José Silvestre Problemas Económicos de México, 5º ed. Mc Graw Hill p. 320

<sup>7</sup> Tomado del diccionario de economía política dirigido por Claudio Napoleón, citado por Méndez Morales, José Silvestre Problemas Económicos de México, 5º ed. Mc Graw Hill p. 321

<sup>8</sup> Méndez Morales, José Silvestre Problemas Económicos de México, 5º ed. Mc Graw Hill p. 322, 346



servicios, con el fin de que ambas actividades contribuyan al desarrollo socioeconómico del país.”<sup>9</sup>

Y que a su vez esta es gestionada por la Secretaría de Economía de nuestro país en los siguientes aspectos:

- “Formular las políticas generales de comercio exterior
- Fomentar, en coordinación con la Secretaría de Relaciones Exteriores, el comercio exterior del país
- Estudiar, proyectar y determinar los aranceles.
- Determinar las restricciones para los artículos de importación y exportación.
- Fijar los criterios generales para el establecimiento de los estímulos al comercio exterior
- Estudiar y determinar los subsidios sobre impuestos de importación, administrar su aplicación y evaluar sus resultados.
- Asesorar en el establecimiento de empresas privadas que se dediquen a la exportación de manufacturas nacionales.”<sup>10</sup>

#### 1.4 Principales Organizaciones Internacionales para la Cooperación Comercial en las que es parte México

México como un país en desarrollo, requiere ser parte de organizaciones internacionales cuya finalidad sea principalmente fortalecer las relaciones económicas y comerciales entre varios países para que logren la estabilidad que requieran cada uno, por ello México impulsa una amplia política de promoción del desarrollo e integración con fin de hacer posible el crecimiento económico, ampliar el intercambio comercial y desarrollar la infraestructura para transformar una región de progreso, en la que se consolide una democracia plena y se alcance una mayor cohesión económica y social.

#### Organización mundial de Comercio (OMC)

El sistema multilateral de comercio, a través del Acuerdo General de Aranceles Aduaneros y Comercio (GATT) primero y la OMC después, ha sido el instrumento fundamental para

---

<sup>9</sup> Méndez Morales, José Silvestre Problemas Económicos de México, 5º ed. Mc Graw Hill p. 346

<sup>10</sup> Op.cit p. 347

la liberalización del comercio mundial en los últimos cincuenta años.

Dicha liberalización se ha logrado a través de ocho rondas sucesivas de negociaciones, y 6 conferencias ministeriales en las cuales se negocian los términos en los cuales se dan las liberaciones económicas en los distintos países miembros; la última fue celebrada en Hong Kong.

El ingreso de México al GATT en 1986 fue parte de su política de apertura comercial iniciado a principios de los años ochenta. Entre los beneficios que México ha obtenido de su participación en GATT/OMC destacan: la apertura de mercados; la creación de reglas y disciplinas claras y transparentes que dan certidumbre a las operaciones de comercio exterior de empresas mexicanas; y la posibilidad de recurrir a su mecanismo de solución de diferencias cuando nuestros derechos han sido violentados.

La cobertura de temas y el alcance de los compromisos se han ampliando con cada una de estas rondas. Las cinco primeras se concentraron básicamente en la reducción de aranceles para bienes industriales; en el resto de ellas se fueron incorporando, además, disciplinas en materia de antidumping, subsidios, valoración en aduana, y obstáculos técnicos al comercio, por mencionar algunas.

En la Ronda Uruguay se incluyeron por primera vez compromisos en materia de agricultura, textiles, servicios y derechos de propiedad intelectual relacionados con el comercio.

El número de países que se adhirieron al GATT/OMC también aumentó de 23 en 1947 a 146 en la actualidad, y el comercio cubierto por las reglas y disciplinas multilaterales del comercio pasó de 60% en 1948 a 98.6% a la fecha.

En noviembre del 2001 en el marco de la cuarta conferencia que se realizó en Doha con el objeto de permitir una mayor liberalización del comercio mundial México logra:

1. Compromiso de eliminación gradual de los subsidios a la exportación agrícola de los países desarrollados, lo que permitirá a los productos del campo de México competir sobre bases más justas a nivel mundial.
2. Mejorar y reforzar las reglas en materia *antidumping* y subsidios, que será clave para México a fin de evitar que se revierta el acceso logrado hasta ahora para las exportaciones mexicanas a los mercados internacionales.
3. Negociación de disciplinas en áreas que pueden promover el comercio internacional: inversión extranjera; competencia económica; transparencia en las compras del sector público, y simplificación de procedimientos y trámites de comercio exterior.
4. Compromiso para garantizar el acceso a medicinas, en particular para los países en desarrollo, con objeto de proteger la salud pública.

La nueva ronda de negociaciones en la OMC busca promover la recuperación del crecimiento económico, la creación de empleos mejor remunerados y un mayor bienestar social. México ha trabajado activamente en la nueva ronda con el objetivo de obtener resultados en todas las áreas de negociación. Cabe mencionar que la última ronda fue el 13 de Diciembre del 2005 en la ciudad de Hong Kong en la cual uno de sus principales objetivos fue, la eliminación de los subsidios a las exportaciones agrícolas. Los ministros acordaron que 2013 será el plazo límite para la eliminación de subsidios a la exportación de productos agrícolas. Por insistencia de Brasil, EU, Canadá, Australia y Nueva Zelanda decidirán también sobre una "reducción sustancial" de esos subsidios antes de 2010. Estos se reducirán 3 mil millones de euros en 2004 a mil millones en 2013.

#### Mecanismo de Cooperación Asia –Pacífico (APEC)

El Mecanismo de Cooperación Económica Asia-Pacífico, tiene como objetivo contribuir al crecimiento de la economía mundial y apoyar un sistema de comercio internacional abierto. Con ese propósito, en 1994, en Indonesia, las economías miembro emitieron la Declaración de Bogor que establece el compromiso de lograr un régimen de comercio e inversión libre y abierto para 2010, en el caso de las economías desarrolladas, y 2020, para las economías en desarrollo.

Y lo integran 47 países y territorios de 3 continentes, de la siguiente manera: Japón como líder, los países de ASEAN Asociación de Naciones del Sureste Asiático ( Brunei,

Indonesia, Filipinas, Malasia, Tailandia y Singapur), Los Tigre Asiáticos ( Corea del Sur, Singapur, Taiwán y Hong Kong).

La participación de México en APEC tiene el objetivo de intensificar nuestras relaciones económicas, comerciales y de cooperación con los países de Asia-Pacífico, con el fin de diversificar y expandir los mercados para las exportaciones mexicanas, así como atraer inversión de esa región. A través de este mecanismo de cooperación se pretende acceder financiamiento y capacitación técnica para proyectos específicos relacionados con el desarrollo de recursos humanos, ciencia y tecnología, pequeñas y medianas empresas, entre otros.

En ese contexto, se enmarca la activa participación de México en las distintas instancias de decisión y foros de APEC. En el 2002, México fungió como presidente y sede de las más de 100 reuniones que se celebraron a lo largo de ese año, entre las que figuran la Décima Reunión de Líderes celebrada en Los Cabos, reuniones ministeriales de comercio y de pequeñas y medianas empresas, reuniones de funcionarios de alto nivel, comités y grupos de trabajo a nivel técnico. La temática de APEC México 2002 estuvo centrada en la Expansión de los Beneficios del Crecimiento y el Desarrollo.

Del año de México como presidente y sede de APEC 2002, se desprendieron los siguientes resultados:

- a. Reconocimiento, por primera vez, de la prosperidad compartida y equitativa como objetivo último de APEC, destacando la liberalización del comercio y la inversión como elemento central.
- b. Fortalecimiento del proceso de revisión entre pares de los esfuerzos individuales de las economías miembro para alcanzar las metas de APEC en materia de liberalización y facilitación del comercio y la inversión.

- c. Adopción de un acuerdo para mejorar, antes de 2005, la transparencia de leyes y regulaciones relacionadas con el comercio y la inversión.
- d. Adopción de la iniciativa modelo (15 economías miembro) para progresar en la liberalización de productos relacionados con las tecnologías de la información y la comunicación.
- e. Aprobación de un Plan de Acción sobre Facilitación del Comercio para reducir los costos de las transacciones en un cinco por ciento antes de 2006.
- f. Fomento a la estabilidad macroeconómica, particularmente en materia de gobierno corporativo y transparencia de los sistemas financieros.
- g. Determinación de vincular el combate al terrorismo con la facilitación del comercio.
- h. Reconocimiento a la necesidad de eliminar inequidades de género en la vida social y económica, particularmente destacando el valor de los múltiples roles que las mujeres juegan en la economía.
- i. Incorporación de la juventud a los trabajos y actividades de APEC.
- j. Adopción de un enfoque para la prosperidad compartida y equitativa, con el propósito de facultar a las personas, así como a las micro, pequeñas y medianas empresas mediante el acceso a las tecnologías de la información y las comunicaciones, creación de capacidades humanas, acceso a financiamiento y servicios de salud.

#### Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE)

La Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico es una organización internacional intergubernamental que agrupa a los países más industrializados de economías de mercado en el mundo. Pero además es un foro de análisis y coordinación que fue creado en 1961, con la finalidad de expandir la economía y el empleo, promover el

bienestar económico y social de sus estados miembros, y estimular y armonizar los esfuerzos a favor de los países en desarrollo.

Los representantes de los 30 países miembros se reúnen para intercambiar información y armonizar sus políticas con el objetivo de promover el mayor crecimiento de la economía y del empleo en los países miembros y no miembros, así como contribuir a la expansión del comercio mundial sobre una base multilateral y no discriminatoria, teniendo relaciones activas con aproximadamente otros 70 países, organizaciones no gubernamentales y la sociedad civil. Teniendo la sede principal en la ciudad de París.

El espacio de los miembros originales ( Alemania, Austria, Bélgica, Canadá, Dinamarca, España E.E.U.U., Francia, Grecia, Irlanda, Islandia, Italia, Luxemburgo, Noruega, Países Bajos, Portugal, Reino Unido, Suecia, Suiza, Turquía), se ha ampliado para incluir a Japón (1964), Australia (1971), Nueva Zelanda(1973), Finlandia(1969), México(1994), Corea del Sur (1996) y a cuatro anteriores países comunistas en Europa: la República Checa(1995), Hungría(1996), Polonia(1996) y la República Eslovaca(2000).

El ingreso de México a la OCDE en 1994, le ha permitido participar en la definición de una nueva agenda internacional sobre comercio e inversión. Y ahora más que nunca ya que el 25 de noviembre de 2005 fue electo José Ángel Gurría como Secretario General de la Organización y tomará posesión de su cargo el 1 de Junio de 2006.

José Ángel Gurría es Licenciado en Economía egresado de la Universidad Nacional Autónoma de México, tiene posgrados en la Universidad de Leeds en el Reino Unido y la Universidad de Harvard en Estados Unidos; es un político, economista y diplomático mexicano que como secretario ayudará a enfrentar los retos de la economía global en los años venideros.

#### Área de Libre Comercio de las Américas (ALCA)

En la primera Cumbre de las Américas, celebrada en Miami en diciembre de 1994, los Jefes de Estado y de Gobierno de 34 países del Continente Americano acordaron el

establecimiento del ALCA en donde se eliminaría, progresivamente, las barreras al comercio y a la inversión. A la fecha se han celebrado cuatro Cumbres más: una en Santiago de Chile, en abril de 1998 en Quebec en abril de 2001, en Monterrey México en 2004 y en Mar de Plata Argentina en 2005, en las que se han tratado temas agrupados en los cinco rubros siguientes:

- La promoción de la prosperidad mediante la integración económica y el libre comercio.
- La preservación y el fortalecimiento de la comunidad de democracias de las Américas.
- La erradicación de la pobreza y la discriminación en el hemisferio.
- La garantía del desarrollo sostenible y la conservación del medio ambiente para las generaciones futuras.
- Justicia, responsabilidad social de las empresas, transportes, trabajo y empleo, migración y pueblos indígenas.

El ALCA es el proyecto de integración comercial más ambicioso hasta ahora emprendido en el Continente Americano. México, además de ser anfitrión de la fase final del proceso de negociación del ALCA, participa activamente en él sin menoscabo de sus esfuerzos en otros ámbitos comerciales, incluido el multilateral.

El Comité Tripartito (CT), integrado por la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) y la Organización de los Estados Americanos (OEA), proporciona apoyo analítico, técnico y financiero a las distintas entidades del ALCA. Además, entre otras responsabilidades, es el encargado de administrar la información que se suministra en el sitio oficial del ALCA.

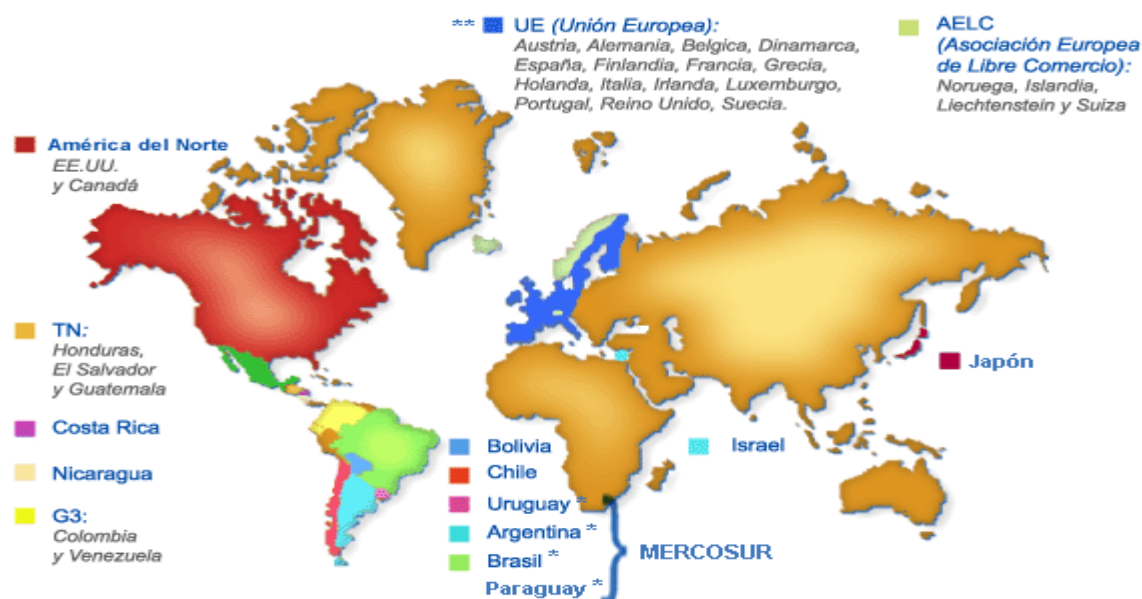
El acuerdo alcanzado por los Ministros ofrece la flexibilidad necesaria para que los países que así lo decidan puedan acordar beneficios y obligaciones adicionales dentro del ALCA.

#### Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI)

Con la finalidad de reestructurar y continuar los esfuerzos de integración realizados por la Asociación Latinoamericana de Libre Comercio (ALALC), creada mediante la firma del

Tratado de Montevideo de 1960, Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Ecuador, México, Paraguay, Perú, Uruguay y Venezuela, suscribieron el tratado de Montevideo 1980, que instituyó la Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI), a la cual se adhirió Cuba en 1999 y cuyo objetivo de largo plazo es establecer, en forma gradual y progresiva, un mercado común latinoamericano.

#### Acuerdo de Cooperación Económica



- Acuerdos de Complementación Económica (ACEs)
- \*\* Chipre, Eslovenia, Estonia, Hungría, Letonia, Lituania, Malta, Polonia, República Checa, República Eslovaca  
[www.economia.gob](http://www.economia.gob)

#### 1.5 Tratados y Acuerdos Comerciales (Regulaciones Arancelarias), Reglas de Origen (Regulaciones no Arancelarias)

##### TRATADOS INTERNACIONALES (Regulaciones Arancelarias)

“El arancel es un gravamen que se impone sobre un bien cuando éste cruza las fronteras nacionales y es utilizado como uno de los principales instrumentos de política comercial en el mundo. 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 la exportación se establecen en 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. Convencionalmente se



considera que un arancel es proteccionista cuando representa más del 20% del precio del bien o servicio importado.”<sup>11</sup>

En la actualidad es indispensable negociar acuerdos comerciales preferenciales para abrir mercados a las exportaciones mexicanas, para disponer de mejores productos a menores precios, fomentar una competencia que fortalezca la eficiencia de los productos nacionales; hasta ahora el país cuenta con una red de 11 tratados de libre comercio y acuerdos de protección a la inversión que brindan acceso seguro y preferencial a mercados de 68 países en tres continentes, además de su acceso a América Latina, México es el único país que cuenta con acceso preferencial a Norteamérica (Estados Unidos de América y Canadá) y la Unión Europea.

Nuestra Red de Tratados de libre comercio (TLC) nos brinda acceso a más de 860 millones de consumidores, lo cual genera enormes oportunidades para el sector exportador. Esto contribuye directamente a la generación de empleos mejor remunerados.

Los lazos comerciales de México se han multiplicado al poner en vigor estos cuadros comerciales con países del Norte, centro, y Sudamérica, Israel y Europa.

#### TLCAN ( Tratado de Libre Comercio con América del Norte)

Quizá uno de los sucesos más importantes del periodo de Carlos Salinas es la firma del tratado de libre comercio dónde sienta las bases para un desarrollo político y económico que dejaría marcado al país, debido a la apertura comercial indiscriminada que provoca que las importaciones crezcan más que las exportaciones, muchos de estos productos importados son de dudosa calidad e incluso tienen precios más altos que los nacionales; debido quizá a que el tratado se firma en condiciones desfavorables para nosotros. Este tratado significa que el país sigue el modelo de crecimiento hacia fuera, basado en variables dependientes del exterior, con el consecuente descuido del mercado interno.

---

<sup>11</sup>Flores Paredes Joaquín, El Contexto del Comercio Exterior de México. Retos y Oportunidades en el Mercado Global, UNAM Facultad de Estudios Superiores Cuautitlán 2001 p.97

La política comercial tiene como objetivo primordial fomentar las exportaciones no petroleras a los mercados internacionales, uniformar la protección efectiva a las industrias básicas y eliminar las restricciones arancelarias.

Desde la entrada en vigor del TLCAN en 1994, el comercio bilateral entre México y E.U.A. se ha casi triplicado, creciendo a una tasa promedio anual de 11.1 por ciento. Como resultado, hoy México es el tercer mercado más grande para los productos estadounidenses, y uno de los socios comerciales más dinámicos de E.U.A. Mientras que para Canadá se convirtió en el tercer mercado para los productos mexicanos, detrás de E.U.A. y la Unión Europea; y México se ha convertido en el quinto socio comercial de Canadá, al incrementar el intercambio de bienes en un 216 por ciento en el 2003.

El Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN) ha sido un instrumento clave para incrementar los flujos de comercio e inversión entre México, Estados Unidos y Canadá. Hoy, Norteamérica es una de las regiones comerciales más dinámicas e integradas del mundo; aproximadamente una cuarta parte del comercio total de la región se realiza entre los países socios del TLCAN.

Entre 1994 y 2003, el crecimiento promedio anual del comercio total entre México, Estados Unidos y Canadá ha sido de 8.1 por ciento. En diez años, el comercio total entre México, Estados Unidos y Canadá aumentó 117 por ciento (cerca de 337 mmd) para superar los 626 mil millones de dólares en 2003.

#### TLC México - Costa Rica

El objetivo principal de este tratado se centra en crear una Zona de Libre Comercio impulsando el proceso de integración regional y continental. Además de Estimular la expansión y diversificación comercial, eliminar las barreras al comercio y facilitar la circulación de bienes y servicios, promover condiciones de competencia leal en el comercio, y aumentar sustancialmente las oportunidades de inversión.

En cuanto al acceso a los mercados se refiere tenemos las siguientes medidas:

- Eliminación de aranceles a 70% de las exportaciones no agropecuarias, a partir del 10 de enero de 1995; 20% se desgravó el 1° de enero de 1999, y el restante 10% se desgravará a partir del 10 de enero de 2004.
- Acceso inmediato sin pago de arancel a productos como: vestido, textiles, lavadoras domésticas, equipo fotográfico y de cómputo, productos electrodomésticos, radios, teléfonos, vidrio plano, motores, transformadores eléctricos, entre otros.
- Devolución de aranceles a efecto de utilizar insumos de terceros países en la producción para la exportación, sin pago de arancel, siempre y cuando no se lesionen intereses del otro país.
- Eliminación de permisos para la exportación, excepto aquellos que sean necesarios para garantizar la seguridad nacional, salud humana, animal y vegetal; se reserva el derecho de establecer restricciones al comercio de hidrocarburos, automóviles usados y prendas de vestir usadas.
- Eliminación de derechos de trámite aduanero; se impide que los requisitos de etiquetado se conviertan en restricciones al comercio de bienes.

#### TLC México – Nicaragua

El objetivo principal del Tratado es establecer una Zona de Libre Comercio, para estimular la expansión y diversificación comercial y eliminar las barreras al comercio y facilitar la circulación de bienes y servicios, para así promover condiciones de competencia leal en el comercio y aumentar sustancialmente las oportunidades de inversión además de proteger y hacer valer, adecuada y efectivamente, los derechos de propiedad intelectual, estableciendo lineamientos para la ulterior cooperación a nivel bilateral, regional y multilateral, ampliando y mejorando los beneficios del tratado.

Crear procedimientos eficaces para la aplicación y cumplimiento del tratado, su administración conjunta y solución de controversias para lograr el buen funcionamiento del tratado y así contribuir al desarrollo económico de cada país miembro del tratado.

Respecto al acceso a los mercados el tratado se resume de la siguiente manera:

Eliminación inmediata de aranceles a 45% de las exportaciones; a partir del 10 de julio de 2002 y quedarán libres de arancel 33% y ello de julio de 2007, 19%. El Trato no discriminatorio a bienes y servicios, la efectiva eliminación de medidas no arancelarias, y la prohibición de incrementar el arancel vigente y de adoptar aranceles nuevos sobre bienes originarios.

#### TLC México - Unión Europea (TLCUEM)

El principal objetivo de este tratado es 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. Con la finalidad de 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 la empresa mexicana, generar mayores empleos, promover la inversión directa, incrementar las oportunidades y alianzas estratégicas para la empresa mexicana.

“...el suscrito con la unión Europea, que plantea un plazo de 10 años para la liberación de 95% del comercio bilateral con esas naciones conforme a un programa que exime de restricciones por completo el intercambio de bienes industriales, 60% los productos agrícolas y 99% los pesqueros.”<sup>12</sup>

Los países que integran la Unión Europea son en orden de integración: Alemania(1958/1990), Francia (1958), Italia(1958), Luxemburgo (1958), Países Bajos (1958), Bélgica (1958), Irlanda (1973), Reino Unido (1973), Dinamarca (1973), Grecia (1981), Portugal (1986), España(1986), Australia (1995), Suecia (1995), Finlandia (1995), Polonia(2004), Malta (2004), Chipre (2004), Estonia (2004), Eslovenia(2004), Eslovaquia (2004), Letonia (2004), Lituania(2004), Hungría (2004), República Checa (2004).

---

<sup>12</sup> COMERCIO EXTERIOR vol. 55, núm. 4 abril 2005, p.338

### TLC México – Israel

El objetivo principal 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. Para eliminar obstáculos al comercio y facilitar la circulación transfronteriza de bienes y servicios y promover condiciones de competencia leal en la Zona de Libre Comercio, para así aumentar sustancialmente las oportunidades de inversión y crear procedimientos eficaces para la aplicación y cumplimiento del tratado, para su administración conjunta y solución de controversias; todo esto estableciendo lineamientos para la ulterior cooperación bilateral y multilateral encaminada a ampliar y mejorar los beneficios del tratado.

### TLC México - Triangulo del Norte

El objetivo principal es establecer una Zona de Libre Comercio que permita avanzar en el fortalecimiento de la integración entre México y Centroamérica. Para así 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 y proteger y hacer valer, de manera adecuada y efectiva, los derechos de propiedad intelectual, mediante el establecimiento de lineamientos, para la ulterior cooperación entre las partes, encaminados a ampliar y mejorar los beneficios del Tratado de Libre Comercio; mediante la creación de procedimientos eficaces para la aplicación y cumplimiento del tratado, su administración conjunta y solución de controversias.

El acceso a mercados se da mediante la 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, mediante el otorgamiento de trato nacional a bienes de las partes, de conformidad con lo dispuesto por el artículo 111 del OMC, de 1994. La existencia de programas de devolución, de diferimiento y de exención de aranceles aduaneros aplicados a bienes exportados y la 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. Todo esto en el marco para acceder a los mercados latinoamericanos.

El Tratado de Libre Comercio de México con el Triángulo del Norte representa la apertura del principal mercado de exportación en la región de América Latina; pues actualmente recibe 20% de las exportaciones mexicanas.

#### TLC México - Asociación Europea de Libre Comercio (AELC)

El objetivo principal de este tratado es 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.

Por lo que la importancia del tratado se da al fomentar el desarrollo de los intercambios de bienes y servicios, liberalizar preferencial, progresiva y recíprocamente el comercio de bienes y servicios, para dinamizar la actividad comercial y económica, con la finalidad de diversificar las exportaciones mexicanas y tener acceso preferencial en Europa para atraer insumos y tecnología para la empresa mexicana, generar mayores empleos, promover la inversión extranjera directa e incrementar las oportunidades y alianzas estratégicas para la empresa mexicana.

Algunos de los productos agrícolas que incluye son: México negoció un acceso preferencial para una gran variedad de productos que incluyen: plátano, jugo de naranja, jugos de otros cítricos y frutas tropicales, uva de mesa, miel para uso industrial, café verde, cerveza y tequila.

México negoció con los países del AELC, tres acuerdos bilaterales para el sector agrícola (Islandia, Noruega y Suiza-Liechtenstein), por lo que el acceso y la desgravación arancelaria son diferentes para cada caso.

La extensa red de tratados comerciales firmados por México, se amplía con el acuerdo firmado con los miembros de la Asociación Europea de Libre Comercio. Este acuerdo entró en vigor el 1 de julio de 2001 y coloca a México como el único país latinoamericano con libre acceso comercial a los países con el más alto ingreso per cápita del mundo.

### AAE México – Japón

Este acuerdo apoyará los esfuerzos para reactivar una economía dependiente del sector externo que se ha rezagado en dos de sus mercados más importantes Estados Unidos y el Pacífico Asiático. A México le brindará la oportunidad de diversificar sus destinos de exportación ( algo que no será fácil por las normas de acceso sanitarias, fitosanitarias, de empaque y etiquetado, el gusto del consumidor japonés y la dificultad de penetrar en las redes de comercialización) y atraer inversión extranjera directa que genere empleos y vínculos con la cadena de suministros de las empresas japonesas, en la medida que los acuerdos de cooperación.

“En materia de accesos a mercados, México negoció compromisos respecto de productos agroalimentarios en 796 líneas arancelarias, más de 99% de las exportaciones a Japón de estos productos, los cuales tendrán acceso preferencial. Otras tendrán acceso a mediano plazo (de tres a siete años) y a largo plazo (en 10 años) . Sólo 0.2% del total de estos productos no estará temporalmente en el Acuerdo y se revisará tres años después de la entrada en vigor: piña, dulces, trigo y pastas, azúcar y jugo de piña. Finalmente se negoció un acceso preferencial con cuotas para productos muy sensibles para Japón y de interés para los exportadores mexicanos.

Se logró también que todos los productos pesqueros de interés para México se incluyeran en el acuerdo. Tendrán acceso inmediato libre de arancel entre otros el atún de aleta amarilla fresco y enlatado, el camarón, algunos crustáceos, moluscos y el pulpo. Para piñas sardinas y el calamar se negociaron cupos.

En el sector industrial se reconoció el menor avance de México; por lo que Japón eliminará los aranceles que aplica a 91% de las fracciones arancelarias y en el mediano plazo, a 4% de ellas; el restante 5% consiste en productos sensibles para Japón en los que el arancel se eliminará en 10 años.

“Calzado de cuero mantendrá Arancel libre, cuota durante el primer año de 250,000 pares, a una Tasa de crecimiento anual de 20%, una eliminación de la cuota en los 7 y 10 años de entrada en vigor del acuerdo (según producto) . En cuanto a prendas de vestir se refiere

encontramos arancel libre, acceso inmediato para prendas de vestir hechas en México con tela e hilo de la región, y la cuota de 200 millones de dólares para prendas de vestir hechas con tela de cualquier país.”<sup>13</sup>

### Grupo de los 3 (G3)

Uno de los principales objetivos de este tratado es crear un espacio libre de restricciones, prevaleciendo el libre flujo de mercancías, la libre competencia, normas técnicas, calidad de los productos y el crecimiento económico continuo, además de ampliar los vínculos comercial y económico entre los tres países que firmaron este tratado que son Colombia, Venezuela y México

- Estimular la expansión y diversificación comercial.
- Eliminar las barreras al comercio y facilitar la circulación de bienes y servicios.
- Promover condiciones de competencia leal en el comercio.
- Aumentar sustancialmente las oportunidades de inversión.
- Proteger y hacer valer, adecuada y efectivamente, los derechos de propiedad intelectual.
- Establecer lineamientos para la ulterior cooperación a nivel bilateral, regional y multilateral, ampliando y mejorando los beneficios del tratado.
- Crear procedimientos eficaces para la aplicación y cumplimiento del tratado, su administración conjunta y solución de controversias.
- Propiciar relaciones equitativas reconociendo los tratamientos diferenciales establecidos en la ALADI.

Quizá uno de los puntos fuertes de este tratado son las buenas relaciones entre los pueblos de México, Colombia y Venezuela ya que nuestro país es considerado dentro de los países Latinoamericanos más importantes a nivel comercial.

Es importante mencionar que actualmente se encuentra próxima la salida de Venezuela de este acuerdo ya que ha mencionado su interés por ingresar al MERCOSUR, por lo que en fechas próximas es probable que este tratado se convierta sólo México-Colombia.

---

<sup>13</sup> [www.economia.snci.gob.mx/sic\\_php](http://www.economia.snci.gob.mx/sic_php)



### TLC México – Bolivia

El tratado de Libre comercio entre Bolivia se dio por el interés de estas dos naciones en establecer una Zona de Libre Comercio con reglas claras y transparentes en beneficio mutuo en materia de comercio e inversión. Por lo que se trata de estimular la expansión y diversificación comercial, eliminar las barreras al comercio y facilitar la circulación de bienes y servicios, promover condiciones de competencia leal en el comercio, aumentar sustancialmente las oportunidades de inversión, proteger y hacer valer, adecuada y efectivamente, los derechos de propiedad intelectual, establecer lineamientos para la ulterior cooperación a nivel bilateral, regional y multilateral y ampliando y mejorando los beneficios del tratado; además de crear procedimientos eficaces para la aplicación y cumplimiento del tratado, su administración conjunta y solución de controversias. Todo esto con la finalidad de obtener claridad y confianza en el avance de las negociaciones y relaciones entre los dos países.

Un punto importante para Bolivia es que con el cambio de gobierno el FECHA se nacionalizaron los hidrocarburos por lo que Bolivia ahora juega un papel importante en materia energética y en el futuro será interesante observar el movimiento y la influencia que estos tengan en las negociaciones comerciales futuras y las renegociaciones que se pueden plantear.

### TLC México – Chile

El objetivo principal es liberalizar una zona comercial a partir del 1° de agosto de 1999 a través del Tratado de Libre Comercio, para estimular la expansión y diversificación comercial y eliminar las barreras al comercio y facilitar la circulación de bienes y servicios, además de promover condiciones de competencia leal en el comercio con la finalidad de aumentar sustancialmente las oportunidades de inversión. Y entre otras cosas proteger y hacer valer, adecuada y efectivamente, los derechos de propiedad intelectual, estableciendo lineamientos para la ulterior cooperación a nivel bilateral, regional y multilateral, ampliando y mejorando los beneficios del tratado y crear procedimientos eficaces para la aplicación y cumplimiento del tratado, su administración conjunta y solución de controversias.

En 2003, las exportaciones mexicanas a Chile crecieron 160 por ciento, respecto a 1991, superando los 322 millones de dólares. Con ello, en doce años, México pasó del decimosexto al noveno lugar como proveedor de Chile desplazando a España y el Reino Unido, entre otros países. (Fuente: ALADI)

Es de suma importancia resaltar los 3 anteriores tratados que son México - Bolivia, México- Chile, y el G3 integrado por Venezuela Colombia y México; ya que estos países Latinoamericanos son parte del Pacto Andino que es un documento donde se suscribe la integración económica y simultánea apertura hacia el resto del mundo buscando con ello elevar la productividad y obtener mayores tasas de crecimiento. Al mismo tiempo buscando aprovechar las ventajas que la integración pueden brindar para elevar la eficiencia productiva y las capacidades tecnológicas, financieras y de negociación conjunta. Por lo que México al no ser parte de este convenio se vuelve poco a poco un socio con poder para entrar a estos mercados que representan atractivos ingresos para nuestras empresas exportadoras, ya que el surgimiento de bloques económicos están imprimiendo una nueva dinámica al proceso de integración mundial, estos hechos que se están traduciendo en flexibilidad de las normas que regulan el comercio, también lo hacen para liberalizar los distintos mercados.

#### TLC México – Uruguay

El tratado fue suscrito el 15 de noviembre de 2003 por los presidentes Vicente Fox y Jorge Batlle, en el marco de la XIII Cumbre Iberoamericana, celebrada en Santa Cruz de la Sierra, Bolivia y entrará en vigor el 15 de julio del 2004. Con el objetivo principal de cubrir las necesidades de productos de ambos países.

“El tratado de libre comercio entre México y Uruguay, que ya entró en vigor, otorgará arancel cero a la mayoría de los productos comercializables y, de acuerdo con las expectativas de las autoridades, duplicará el comercio entre ambos países.”<sup>14</sup>

---

<sup>14</sup> Díaz Meraz Adalberto, Manufactura Junio 2005

### ACE 55 y 53 México- Brasil

Existe un acuerdo de Complementación Económica con Brasil respecto a auto partes y alimentos, básicamente frutos comestibles, donde se encuentran incluidos partes de carrocería, motores, frenos, entre otros. Y finalmente aunque sea sólo un acuerdo, el socio es muy importante ya que mantiene un comercio con México de 5,718 millones de dólares y el comercio con el MERCOSUR representa 11,357 Millones de dólares lo que le permitiría a México ser el país con la mejor posición comercial en el mundo.

En la actualidad el comercio bilateral de auto partes y automotriz entre Brasil y México al 2003 representa 30% del total de las exportaciones brasileñas y con lo que México exportó 118.6 millones de dólares.

El Mercado Común del Sur creado el 26 de marzo de 1991, es la agrupación de Brasil, Argentina, Paraguay, Uruguay y Venezuela en fechas próximas; este tiene como finalidad el libre comercio entre los países, eliminando barreras arancelarias y no arancelarias, así como el libre tránsito de personas entre sus fronteras.

La intensificación del comercio entre México y los países de Sudamérica, y en particular con aquellos países que integran el MERCOSUR, es una oportunidad potencial para México de diversificar los mercados de exportación. Sin embargo una verdadera integración con dicho bloque presenta algunos obstáculos. El más importante tiene que ver con la divergencia y conflictos entre ambas naciones, tanto en materia económica como de reglas de origen por los tratados que ya tienen firmados con otras naciones. Por una parte, Brasil tiene como prioridad reafirmar su presencia como exportador de bienes intermedios en la región antes de permitir la entrada de nuevos exportadores en la zona, por lo que podría no tener grandes incentivos en abrir las fronteras con México en forma indiscriminada.

Adicionalmente, existen barreras formales a la integración comercial ya que las reglas de origen que norman al TLCAN y al MERCOSUR presentan algunas divergencias que impiden la creación de privilegios arancelarios que actúen simultáneamente entre México, Estados Unidos y Canadá, por un lado, y entre México y los países del MERCOSUR, por

otro. Con ello se limitan de forma importante los beneficios derivados de una posible integración comercial.

Ante las dificultades que se presentan en la incorporación de México al MERCOSUR y ante las expectativas que genera la creación de una área de libre comercio como el ALCA, la estrategia de México ha sido limitar el comercio con Sudamérica a tratados comerciales bilaterales y a la extensión de acuerdos ya existentes con otros países; esta estrategia puede intensificarse en los próximos años a fin de contribuir a que México logre incrementar la diversificación de sus mercados de exportación.

FECHA ENTRADA EN VIGOR	NOMBRE DEL TRATADO	PAÍSES QUE LO INTEGRAN	PRODUCTOS QUE INCLUYEN
1 de enero de 1994	TLC de América del Norte (TLCAN)	México, Estados Unidos y Canadá	Prendas de Vestir, automóviles, petroquímica, productos agropecuarios, tanques metálicos, etc.
1 de enero de 1995	TLC del Grupo de los Tres (TLC-G3)	Colombia, Venezuela y México	Automóviles, químicos, cereales, muebles, calzado, medicamentos, puertas, ventanas, acrílicos, hilos de algodón, alimentos enlatados, duraznos etc.
1 de enero de 1995	TLC México - Costa Rica	Costa Rica y México	Alimentos enlatados, muebles de madera, vehículos de carga, libros, materiales para construcción, contenedores, medicamentos etc.
1 de enero de 1995	TLC México - Bolivia	Bolivia y México	Tubos, perfiles huecos, hierro, telas de algodón, y sintéticas, envases de plástico, cables, productos químicos etc.
1 de julio de 1998	TLC México - Nicaragua	Nicaragua y México	Ropa de algodón, libros, papel, telas para decoración, confitería sin cacao, medicamentos, vehículos, leche en polvo.
1 de agosto de 1999	TLC México - Chile	Chile y México	Polietileno, metales, madera, químicos, frutas, calzado de piel, cerámica para baños, neumáticos, auto partes, conservas de

			frutas, dulces.
1 de julio de 2000	TLC México - Unión Europea (TLCUEM)	Austria Alemania Bélgica, Dinamarca, Holanda, España, Finlandia, Francia Grecia, Italia, Irlanda, Luxemburgo, Portugal, Reino Unido, Suecia, Polonia, Países Bajos, República Checa, Hungría, Eslovaquia, Finlandia, Lituania, Letonia, Eslovenia, Estonia, Chipre, Malta.	Calzado de piel, Textiles, productos agroindustriales, agrícolas, ganadería y pesca, materiales de construcción, muebles, farmacéutico y químico.
1 de julio de 2000	TLC México - Israel	Israel - México	Café, Productos agrícolas, detergentes en tableta, antibióticos, plásticos, ropa interior para dama, art. de algodón, atún y camarón enlatado art. de plata, etc.
15 de marzo de 2001 con El Salvador y Guatemala y 1 de junio de 2001 con Honduras.	TLC México - Triangulo del Norte	El Salvador, Honduras, Guatemala y México	Calzado de piel, plásticos, antibióticos, madera, art. de limpieza, Productos dentales, hilo de acrílico etc.
1 de julio de 2001	TLC México - Asociación Europea de Libre Comercio (AELC)	Islandia Noruega, Suiza, Liechtenteins y México	Plátano, jugos de cítricos y frutas tropicales, uva de mesa, miel para uso industrial, café verde, cerveza y tequila.
15 de julio de 2004	TLC México - Uruguay	Uruguay y México	Sector agropecuario, frutas, hortalizas, quesos, carne de bovino, productos pesqueros.
1 de abril de 2005	AAE México - Japón	Japón y México	Productos extraídos del mar, frutas en conserva, jugo de piña, naranja, agrícolas, madera, metales.

Fuente: Datos de Agosto de 2005 <http://www.economia.gob.mx>

#### REGLAS DE ORIGEN ( Regulaciones no arancelarias)

Se consideran regulaciones no Arancelarias las medidas de tipo cuantitativo y cualitativo establecidas por los gobiernos para controlar principalmente las importaciones, proteger la planta productiva y las economías nacionales, estas son principalmente con lo que respecta

al medio ambiente, sanidad animal y vegetal, o para asegurar que los consumidores obtienen productos de buena calidad.

Las principales barreras para el acceso a mercados internacionales comprenden temas del tipo arancelario y no arancelario. Al respecto, destacan, entre otros: los aranceles, cuotas de importación, permisos de importación, normas técnicas, exceso de reglamentaciones, depósitos monetarios para importar, sistemas cambiarios múltiples, subsidios locales del gobierno, embargos, favorecer compras locales, monedas no convertibles, elevados costos financieros de importación, falta de transparencia en la mecánica de importación, legislación sanitaria y fitosanitaria, regulaciones ambientales, sistemas de defensa al consumidor, requisitos de empaque y etiquetado, regulaciones de toxicidad, leyes e impuestos antidumping (impuestos compensatorios) y establecimiento de precios oficiales.

Las regulaciones Arancelarias cuantitativas son principalmente, las cuotas globales y licencias o permisos de importación ( o exportación en su caso). Estas permiten que cierta cantidad de productos ingresen cada año a determinado país, sin que se rebase la cantidad permitida. Otro tipo de medida no arancelaria y restrictiva para los productos que ingresan a un país son los precios oficiales, que limitan a no poder vender el producto al consumidor final a un precio inferior o mayor al permitido. De igual manera cuando algún producto tiene algún subsidio especial en el país de origen, cuando este pretende ingresar a un país donde esto no ocurre, se obliga al productor a pagar impuestos compensatorios que son impuestos que se pagan para neutralizar dicha ventaja.

En las restricciones cualitativas podemos encontrar que los importadores se encuentran exentos de pago de arancel, pero se encuentran con otro tipo de barreras para poder ingresar a un país donde van a exportar, estas son barreras por la descripción o las características de sus productos, principalmente los alimenticios, que en algunos países son muy estrictas, ya que por, salud del consumidor final, e incluso de animales y vegetales del país importador se encuentran bajo una política proteccionista hacia estos productos, por eso es muy importante conocer las restricciones que se mencionan para no caer en errores a la hora de exportar.

Uno de los requisitos que algunos países exigen para poder ingresar productos al país son las normas de etiquetado, que son normas que deben cumplir los fabricantes, exportadores y en su caso el distribuidor final para poder vender su producto, estos generalmente tienen que ver con que la etiqueta describa exactamente los componentes de los productos, en el idioma en el que corresponde al importador, o las cantidades de materiales utilizados, es la información general sobre el producto.

NO ARANCELARIAS	DESCRIPCIÓN
Regulaciones de etiquetado	Antes de realizar algún gasto en el etiquetado, el exportador debe conocer las regulaciones específicas que el mercado de destino establece al producto que se desea comercializar.
Regulaciones sanitarias, fitosanitarias y zoonosanitarias	Estas regulaciones forman parte de las medidas para proteger la vida, la salud humana, animal y vegetal frente a ciertos riesgos que no existen en el territorio del país importador.
Normas técnicas	Para cada mercancía o grupo de productos puede haber una o varias normas. En estas se expresan directrices sobre medidas, tamaño, dimensiones, contenido químico, compresión, resistencia, inflamabilidad, resistencia a la humedad, durabilidad, condiciones de seguridad, preceptos de terminología, símbolos, embalaje, y demás aplicables a un bien o proceso de producción
Regulaciones ambientales	Comprende las regulaciones relativas a la protección del ambiente, mejor conocidas como ecológicas. En el caso de la Unión Europea destacan las relativas a la comercialización de frutas y vegetales frescos.
Normas de calidad para frutas y verduras	Se aplican en los países importadores para garantizar que las mercancías de importación cumplan con estándares de calidad similares a los establecidos para mercancías producidas internamente.
Regulaciones de toxicidad	Se aplican en los países importadores para garantizar que las mercancías de importación cumplan con estándares de calidad similares a los establecidos para mercancías producidas internamente.
Normas de calidad	Existen normas de calidad adoptadas por un número cada vez mayor de países. Entre las más importantes destacan la serie denominada como ISO 9000, que certifica el proceso y procedimientos establecidos para la lograr la calidad de los productos de una empresa. En el campo de la problemática ambiental se trabaja con la serie ISO 14000. En materia aduanera, toda mercancía que se exporte y que se importe en el país de destino debe identificarse con el propósito de definir su situación arancelaria.
Trámites y requisitos generales en la aduana extranjera	Los principales trámites que hay que realizar en las aduanas de importación son: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Presentación de documentos</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Declaración de despacho</li> <li>• Inspección del cargamento</li> <li>• Firma del manifiesto de despacho (Entry manifest)</li> <li>• Pago de impuestos de importación</li> </ul>
--	---

Además de las normas sanitarias, fitosanitarias y zoonosanitarias, que en el caso de productos agropecuarios frescos y procesados se deben de tomar en cuenta, ya que estas se implementan con la finalidad de proteger la vida y la salud humana, vegetal y animal frente a riesgos que tal vez en el país de destino no existen. También nos podemos encontrar con normas técnicas que se refieren a las características que cada producto debe tener en cada país, ya que en esta se deben expresar cosas como el tamaño, dimensiones, compresión, inflamabilidad, entre otras cosas para en buen manejo de los materiales, esta norma permite a los consumidores finales garantizar su compra en calidad, y seguridad.

#### 1.6 Normas y Aspectos Generales del Comercio Exterior

El comercio exterior de nuestro país lo conforman las exportaciones e importaciones totales de mercancías; transacciones mercantiles que reflejan la salida o entrada de productos al territorio nacional, respectivamente, y cuyos montos pueden ser expresados en términos de valor monetario.

Durante 2004 la economía mexicana se vio favorecida por la consolidación del proceso de recuperación global, al registrar la economía mundial la mayor tasa de crecimiento anual desde mediados de los años setenta. Así, en 2004 se fortaleció la expansión de la actividad económica en México. El crecimiento registrado por el PIB en términos reales en ese año fue de 4.4 por ciento. Tal crecimiento superó al anticipado al inicio de ese año por los principales analistas de la materia.

La actividad exportadora contribuye al crecimiento económico y mejora el nivel de vida de los habitantes.

##### 1.6.1 Documentos y Trámites de Exportación en México

En la actualidad uno de los principales problemas a los que se enfrenta una PyME cuando quiere exportar es el desconocimiento de la metodología para exportar, este capítulo se



enfocara a hablar un poco de los requisitos y documentos más importantes que se utilizan para la exportación.

Los requisitos son los siguientes:

- Registro Federal de Contribuyentes.- Este documento es de suma importancia ya que toda persona física o moral que realice actividades lucrativas, esta obligada a pagar impuestos al gobierno federal; y para un exportador es de suma importancia para solicitar devoluciones o acreditamiento del IVA, o realizar trámites ante dependencias de gobierno y las instituciones bancarias.
- Registro de marcas y Propiedad Industrial.- Con la finalidad de evitar los plagios y piratería de mercancías se crea el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial con la finalidad de tener registrado patentes, marcas, diseños e invenciones.
- Marcado del País de Origen.- Con la finalidad de identificar el origen de los productos se crea la norma NMX-Z009-1976 con la que la mayoría de los productos exportados de México deben de contener la leyenda “Hecho en México”.
- Despacho aduanal.- Es el conjunto de actos y formalidades relativas a la salida de mercancías del territorio nacional a través de la aduana, para ello el exportador deberá presentar las mercancías en la aduana a fin de que sean examinadas por la autoridad; acompañadas por ciertos documentos y liquidando los impuestos correspondientes según la mercancía a exportar.
- Pedimento de Exportación.- Es obligación de quien exporta mercancías presentar a la aduana correspondiente un pedimento de exportación, en la forma oficial aprobada por la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, por conducto del agente aduanal, este debe acompañar :
- La factura comercial.- o cualquier documento que exprese en valor monetario y nombre con que se le conoce a la mercancía a exportar, indicar los números de serie, parte, marca y modelo. Además de presentarlas en original y seis copias, con firma autógrafa, en español o inglés incluyendo también, aduana de salida del país de origen y puerto de entrada del país destino, nombre del vendedor o del embarcador, nombre y dirección del comprador o consignatario. Todo esto relacionando cada renglón con los bultos y

descripciones de cada uno, cantidades medidas y peso de cada embarque, INCOTERM a utilizar, lugar y fecha de expedición.

- Lista de empaque.- Es un documento que permite al exportador, al transportista, a la compañía de seguros y al comprador, identificar las mercancías y saber que contiene cada bulto o caja; además de medida de los bultos y si es posible el peso de cada uno ya que estos están directamente relacionado con la factura ya que deben tener lo mismo en datos pero este documento además describe el tipo de empaque y embalaje utilizados en forma detallada, este documento se elabora en original y seis copias, se utiliza como complemento de la factura comercial y se le entrega al transportista.
- Documentos que comprueben el cumplimiento de las regulaciones o restricciones no arancelarias.- Este tipo de documentos pueden ser certificados de calidad y cuantificación de mercancías que sirven para reducir los riesgos inherentes a las operaciones del comercio exterior, ellos se encargan de supervisión de calidad, cantidad y peso, embarque, estiba o descarga, temperaturas fumigaciones, control de calidad, aseguramiento de limpieza supervisión de embalaje e inspección y evaluación de productos conforme a las normas internacionales, estos documentos aseguran que el producto exportado va a entrar al país de destino sin problemas.
- Transporte y sus documentos.- “Es el título de consignación de la empresa transportista, también debe elaborarse en original y seis copias. En el que se indica cuando la mercancía se ha embarcado con un destino determinado y se hace constar la condición en que se encuentra. Este documento promete al transportista a custodiar y enviar la mercancía hasta el lugar de destino. Se debe 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 :
  1. Guía aérea ( Air Waybaill) – Transporte aéreo
  2. Conocimiento de embarque ( Bill of Lading) –Transporte marítimo
  3. Carta Porte- Autotransporte
  4. Talón de Embarque- Transporte ferroviario

Este documento debe coincidir con la descripción de las mercancías que aparecen tanto en la factura como en la lista de embarque.

- Seguro de transporte de carga.- Con el propósito de prever posibles daños o pérdidas por siniestros que ocurran durante el tránsito de la mercancía, el seguro constituye una serie de coberturas que pueden resarcir al asegurado por las pérdidas o daños materiales que sufran los bienes muebles o semovientes que se transportan por cualquier medio o las combinaciones de ellos. Se puede cubrir riesgos por pérdida parcial o total y por daños materiales que sufran los bienes como consecuencia de : incendio, colisión, explosión, hundimiento, caída de aviones, volcaduras y descarrilamiento. A solicitud expresa del cliente, la cobertura puede ampliarse a riesgos adicionales cómo. Contacto nocivo con otras cargas, manchas roturas derrame, oxidación y mojadura de agua. Existen además seguros especiales que se contratan previa evaluación de aseguradora y de común acuerdo con el cliente.”<sup>15</sup>

#### 1.6.2 Términos de Comercio Internacional

En la actualidad debido a la globalización comercial que se extiende en todo el mundo se vuelve indispensable que cuando se transporte mercancía de un país a otro exista una unificación de criterios para evitar confusiones internacionales; así para facilitar las operaciones de importación y exportación la Cámara Internacional de Comercio (CIC) decidió elaborar términos que señalen las obligaciones y derechos de comprador y vendedor, estos se les denomina INCOTERM por su abreviación International Commercial Terms. Estos INCOTERMS regularan principalmente la transferencia de riesgos, costos, documentación, trámites y gestión ante autoridades gubernamentales.

“Con los INCOTERMS, las empresas tienen certidumbre en la interpretación de los términos negociados entre comprador y vendedor, ya que se aplican reglas internacionales uniformes....Asimismo estos constituyen una base para regular las transacciones comerciales, delimitando 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.”<sup>16</sup>

---

<sup>15</sup>Flores Paredes Joaquín, El Contexto del Comercio Exterior de México: Retos y Oportunidades en el Mercado Global, UNAM Facultad de Estudios Superiores Cuautitlán 2001, p. 138

<sup>16</sup> Bancomext Guía Básica del Exportador 10ª edición p. 181-182

Los INCOTERM se clasifican en dos formas, por grupos y por tipo de transporte a utilizar.

Por grupos: E= Exit (En punto de salida u origen) }  
F= Free ( Libre de flete principal) } Entregados en país de origen  
C= Cost (Costo de flete principal incluido) }  
D= Delivered (Entregado en destino) } Entregados en país de destino

Por tipo de transporte a utilizar:

A= Aéreo

M= Marítimo

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

T= Transporte terrestre

En el siguiente cuadro se detalla con precisión las responsabilidades de compradores y vendedores respecto a costos y riesgos, se señala con una V si es responsabilidad del Vendedor y con una C si es responsabilidad del Comprador.

INCOTERM	Siglas	Embalaje	Carga en almacén de salida	Envío a la zona de grupaje	Trámites aduaneros para exportación	Paso por terminal de salida país de origen	Transporte internacional principal	Seguro de transporte	Paso por zona de grupaje terminal de llegada	Trámites aduaneros para importación tasas y derechos	Envío a la fábrica o almacén de destino	Descarga en fábrica o almacén de destino	Transporte marítimo (M) cualquier medio de transporte (O)	Transferencia de los riesgos y gastos
Punto de origen (Lugar convenido)	EXW	V	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	O	En establecimiento del vendedor
Libre junto al buque (puerto de embarque asignado)	FAS	V	V	V	V	C	C	C	C	C	C	C	M	Al costado del buque del muelle o con lanchas de alijo
Transporte libre (lugar convenido)	FCA	V	V	V	V	C	C	C	C	C	C	C	Aéreo terrestre	Cuando transportista principal se hace cargo de la mercancía
Libre a bordo (puerto de embarque)	FOB	V	V	V	V	V/C	C	C	C	C	C	C	M	Cuando la mercancía rebasa la borda del buque
Costo y flete (puerto de destino asignado)	CFR	V	V	V	V	V	V	C	C	C	C	C	M	Cuando la mercancía rebasa la borda del buque
Transporte pagado hasta (lugar de destino)	CPT	V	V	V	V	V	V	C	C	C	C	C	Aéreo terrestre	La mercancía se entrega al transporte principal
Costo, seguro y flete (Puerto de destino asignado)	CIF	V	V	V	V	V	V	V	C	C	C	C	M	Cuando la mercancía rebasa la borda del buque con seguro
Transporte, seguro pagado hasta (lugar de destino asignado)	CIP	V	V	V	V	V	V	V	C	C	C	C	Aéreo terrestre	Cuando la mercancía se entrega al transporte principal con el seguro
Entregado en la DESfrontera(lugar convenido)	DAF	V	V	V	V	V	V/C	V/C	C	C	C	C	Terrestre	Cuando la mercancía esta disponible en el punto asignado en la frontera
Entregado sobre el buque( puerto de destino asignado)	DES	V	V	V	V	V	V	V	C	C	C	C	M	Vendedor pone la mercancía a disposición del comprador en punto de destino
Entregado fuera de muelle (puerto destino asignado)	DEQ	V	V	V	V	V	V	V	V	C	C	C	M	Vendedor pone la mercancía sobre el muelle del puerto destino asignado trámites de importación
Entregado impuestos sin pagar(lugar de destino asignado)	DDU	V	V	V	V	V	V	V	V	C	V	C	O	La mercancía entregada en lugar convenido del país de importación, sin los trámites aduaneros
Entregado con impuestos pagados(lugar de destino asignado)	DDP	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	C	O	En el momento de la entrega de la mercancía al comprador, incluye todos los gastos excepto descarga

Es importante señalar las diferencias entre INCOTERMS Y RAFTD ya que para exportar a Norte América se deben de considerar para evitar confusiones.

INCOTERM	RAFTD
Ex works, incluye envase y embalaje de exportación	Ex works, se debe negociar la inclusión de envase y embalaje.
FOB, (Free on Board), es sólo para Marítimo (o fluvial), a bordo de la embarcación, en el país de origen o exportación y en el puerto de salida.	FOB, es para cualquier medio de transporte ( camión, avión, F.F.C.C., barco), a bordo del transporte a punto convenido: FOB fábrica (Factory), FOB aeropuerto (airport), FOB frontera del exportador, FOB frontera del importador, FOB punto final, entre otros.
CFR y CIF, es solo para transporte Marítimo ( o fluvial), a bordo de la embarcación, en el país de destino o de importación.	C&F y CIF, se emplean para cualquier medio de transporte, implica entregar la mercancía en el país de destino, sin embargo se aceptan también en el país del exportador.
FAS, solo para marítimo.	FAS, se emplea también para aéreo
Última revisión en 2000	Última revisión en 1941.
Exactos	Las partes los pueden modificar.
Internacionalmente aceptados	Se sigue usando en EUA por costumbre.
Tomado de : (Bancomext <u>Guía Básica del Exportador</u> 10ª edición p. 194)	

### 1.6.3 Formas de pago Internacional

Actualmente los negocios internacionales se han vuelto más dinámicos, y adicionalmente a las características del mercado internacional, los negocios con el exterior, y básicamente las compraventas internacionales son más complicadas que las nacionales, debido principalmente a:

- El tiempo que la mercancía está viajando.
- Los posibles percances en el viaje.
- Las formalidades aduaneras.
- Regulaciones de comercio exterior y los controles de cambio.
- La diferencia de legislaciones entre países.
- Desconocimiento mutuo entre el importador y el exportador.
- Distintos idiomas, divisas, costumbres, etc.

Por lo cual el importador necesita saber que la mercancía le será entregada conforme al pago realizado, mientras que el exportador quiere asegurarse que va a recibir el pago de la mercancía enviada.

Por lo anterior, es de suma importancia que un profesional en negocios internacionales conozca los detalles de los medios de pago que, a su vez, proporcione mayor confianza en el intercambio. Además, y tal como se menciona, la información relativa a los medios de pago debe considerarse como una de las más importantes, debido a que los términos en los pagos se debe mencionar con toda claridad dentro del contrato de compraventa internacional.

Las formas de pago internacional que se pueden utilizar cuando se realizan negocios con el exterior pueden ser:

- **Cheque personal.** El cheque personal es librado por una sociedad o un particular contra la entidad financiera en la que mantiene una cuenta corriente.

Sus diferentes formas (al portador, nominativo, etc.), sobre el cheque bancario del que poco se difiere. Solamente se debe señalar que los riesgos para el exportador pueden ser mayores por la casi segura menor solvencia del librador en comparación con la de un cheque bancario (emitido por una entidad financiera).<sup>17</sup>

- **Cheque bancario.** Es el que emite un banco contra sí mismo o una de sus sucursales o en otra plaza, o con cargo a los fondos que tenga depositados en otra entidad bancaria en el exterior. Puede ser emitido:

- Al portador. Lo puede cobrar cualquiera que lo presente al efecto, por lo que tiene un gran riesgo en caso de pérdida.
- Nominativo no endosable. Solo puede cobrarlo el beneficiario o persona a cuyo nombre esté extendido, por lo que es poco operativo.
- Nominativo a la orden. Al contrario que el anterior, es transmisible por endoso.

---

<sup>17</sup> Serantes Sánchez, Pedro. Medios de Pago Internacionales.

Cruzado. Solamente se puede cobrar mediante su abono en la cuenta corriente del beneficiario.<sup>18</sup>

- **Orden de pago simple.** Se trata de un mandato de pago que cursa el importador a su banco para ponga determinada cantidad (importe de la operación) a disposición del exportador, bien directamente, bien a través de un tercer banco.

A veces, la orden de pago se confunde con la transferencia ya que, realmente, ambos medios son muy similares. Las únicas diferencias, al menos en el ámbito teórico son:

- La orden de pago no se abona directamente en la cuenta del exportador hasta tanto éste no cursa instrucciones en tal sentido.
- La transferencia se adeuda en la cuenta del ordenante y se abona directamente en la del beneficiario.

La transmisión del mensaje de pago entre ambos bancos puede ser realizada por vía postal, telegráfica o por SWIFT, medio que hace ya algún tiempo que se ha impuesto por la rapidez y seguridad que proporciona.<sup>19</sup>

- **Orden de pago documentaria.** Es un mandato de pago que da el importador a su banco para que pague al exportador (beneficiario de la orden), siempre que éste presente determinados documentos (facturas, certificado de transporte, póliza de seguro, etc.).

En su definición se asemeja al crédito documentario, pero esta semejanza no debe llevar a engaño ya que presenta dos características que la alejan de la eficiencia de éste, a saber:

- No tiene carácter irrevocable (el importador puede anularla antes de que el beneficiario haya cobrado).
- No tiene legislación específica.<sup>20</sup>

- **Remesa simple.** Se conoce por remesa simple a la operación de cobro de documentos financieros correspondientes a una exportación sin que se acompañen documentos comerciales (que se envían con la mercancía). Los documentos financieros pueden ser: las

---

<sup>18</sup> Opcit.

<sup>19</sup> Opcit.

<sup>20</sup> Opcit.



letras de cambio, cheques, pagarés, recibos, etc. Que el exportador entrega en su banco para que gestione el cobro. La remesa simple puede ser con pago al contado o a plazo, según sea el vencimiento de los citados documentos.<sup>21</sup>

- Remesa documentaria. Remesa es un conjunto de documentos comerciales y financieros que un exportador entrega en su banco para que cobre del importador una suma determinada contra la entrega de los mismos (documentos contra pago).

Son documentos comerciales las facturas, certificados, documentos de transporte, seguros, etc. y, financiero, las letras de cambio, pagarés, recibos, etc.

El banco del exportador, bien directamente o a través del corresponsal, realiza la gestión del cobro y entrega los documentos si se le reembolsa el importe de la operación. De lo contrario, los dejaría a disposición del exportador y, por tanto la propiedad de la mercancía seguiría siendo del mismo, especialmente si la mercancía viaja al amparo de un conocimiento de embarque (en el caso de transporte marítimo).<sup>22</sup>

- **Crédito documentario o carta de crédito.** “Es un instrumento de pago, mediante el cual un banco (banco emisor) asume el compromiso escrito por cuenta y orden de una persona física o moral (comprador) a favor de un tercero (vendedor) de pagar una suma de dinero o de aceptar letras de cambio a favor del vendedor, ya sea en sus cajas o a través de otro banco (banco notificador / confirmador), contra la presentación de documentos relativos a la venta de mercancías o prestación de servicios, los cuales deben cumplir estricta y literalmente con los términos y condiciones estipulados en la Carta de Crédito.”<sup>23</sup>

La Carta de Crédito es considerado como el medio de pago más seguro en operaciones de comercio internacional, nos brinda confianza de que las mercancías se van a pagar al 100% siempre y cuando las mercancías se entreguen en los términos establecidos; las cartas de crédito como medio de pago aseguran con toda tranquilidad en forma más económica y rápida, que los negocios internacionales se realicen con confianza, ya que los bancos

---

<sup>21</sup> Opcit

<sup>22</sup> Opcit.

<sup>23</sup> <http://www.bancomext.com/Bancomext/portal/portal.jsp?parent=3&category=34>

involucrados en estas operaciones mantienen monitoreos constantes del Riesgo País que es el estudio generalizado del entorno económico, político y social de los países involucrados en las diferentes operaciones mercantiles.

La Carta de Crédito Comercial está regulada internacionalmente por el documento titulado Reglas y Usos Uniformes Relativos a los Créditos Documentarios; editado por la Cámara Internacional de Comercio, folleto 500, revisión 1993, que unifica los criterios y provee certeza en cuanto a la forma de llevar a buen fin dichas operaciones. Para el manejo y llenado de las cartas de crédito, se debe tener cuidado del llenado de esta, ya que cualquier discrepancia en la información podría llegar a confundir a las partes involucradas y rechazar las cartas, es por ello que debe estar clara la información.

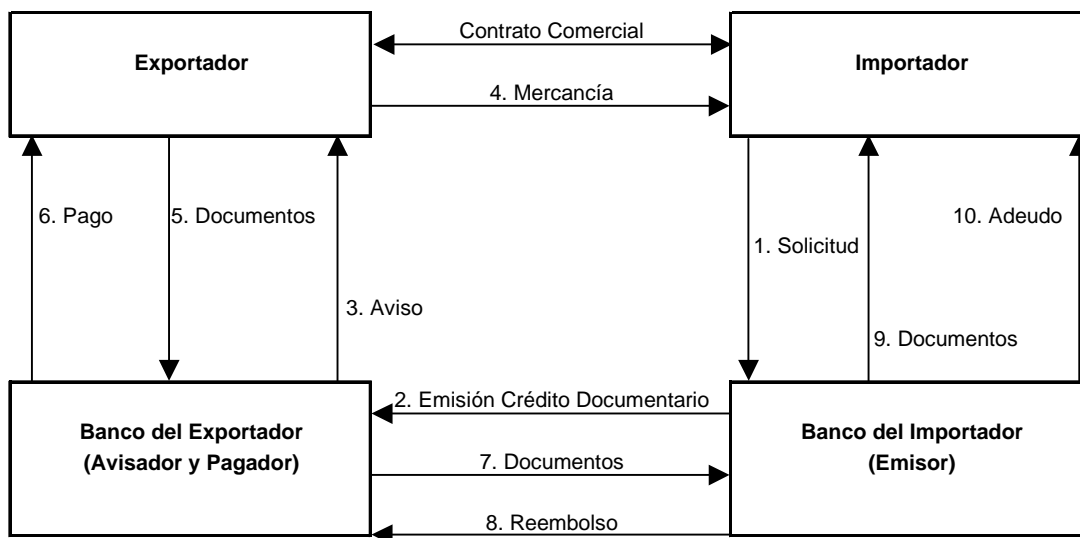
Participantes de la operación:

En esta operación intervienen el comprador (ordenante del crédito), el banco del comprador (emisor del crédito), el banco avisador (intermediario), y el vendedor (beneficiario del crédito).

- **El ordenante, importador de la mercancía**, es quien debe dar instrucciones al banco emisor sobre las condiciones de apertura del crédito documentario (documentación, plazos, etc.) Siendo también el obligado final al pago, reembolsando el importe al banco emisor.
- **El banco emisor** actúa como agente del ordenante, en su nombre, y es quien proporciona garantía al crédito. Abrirá el crédito a favor del beneficiario a condición de que cumpla con las instrucciones del mismo.
- **El beneficiario, exportador o vendedor de la mercancía**, será quien reciba el crédito documentario. Esta garantía de pago la obtendrá siempre y cuando aporte la documentación pertinente en los plazos requeridos.
- **El banco avisador**, aunque no es más que un intermediario encargado de comunicar el crédito al beneficiario y después remitir los documentos.

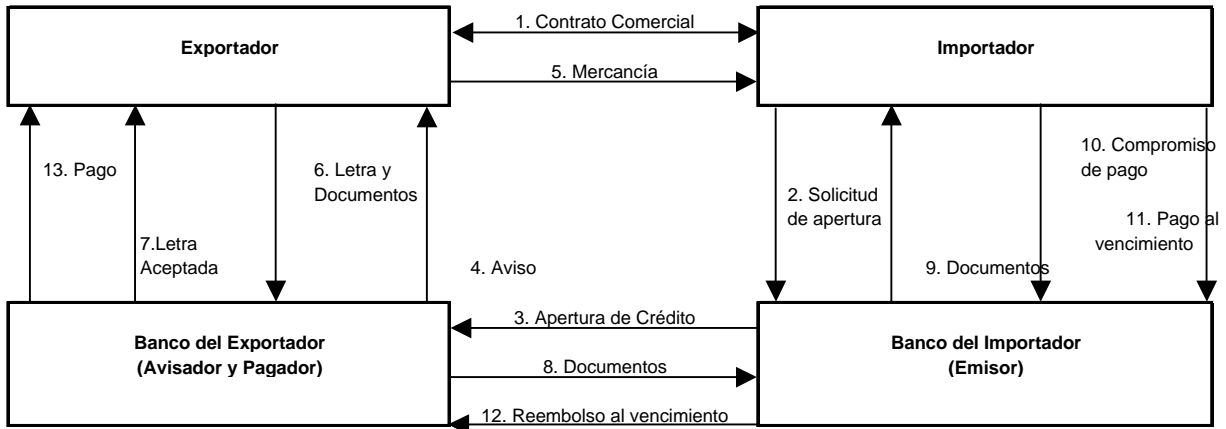
## Esquema de funcionamiento

### CREDITO DOCUMENTARIO PAGADERO A LA VISTA



1. Se firma un contrato comercial y el importador solicita la apertura del crédito documentario al Banco Emisor.
2. El Banco Emisor, abre el crédito documentario e informa al Banco Avisador y Pagador de la emisión.
3. El Banco Avisador y Pagador informa al exportador de la apertura del crédito documentario a su favor.
4. El exportador envía las mercancías al importador.
5. El exportador presenta los documentos al Banco Avisador y Pagador.
6. El Banco Avisador y Pagador paga el crédito al exportador ante documentos conformes.
7. El Banco Avisador y Pagador envía los documentos al Banco Emisor.
8. El Banco Emisor reembolsa el crédito al Banco Avisador y Pagador.
9. El Banco Emisor entrega los documentos al importador, después de su revisión.
10. El Importador adeuda al Banco Emisor el importe de la operación.

### CREDITO DOCUMENTARIO PAGADERO A PLAZO POR ACEPTACION



1. Contrato comercial entre exportador e importador.
2. El Importador solicita a su banco la apertura del crédito.
3. El banco del importador avisa la apertura del crédito al banco avisador y pagador.
4. El banco le notifica el hecho a su cliente.
5. El exportador envía las mercancías al importador.
6. El exportador presenta los documentos y la letra a su banco.
7. El banco avisador y pagador acepta los documentos (conformes) y la letra.
8. Envío de los documentos al banco emisor.
9. Revisión y entrega de documentos al importador.
10. El importador formaliza su compromiso de pago con el banco emisor.
11. El importador paga al vencimiento.
12. El banco emisor reembolsa al banco avisador y pagador.
13. El banco paga al exportador.

#### Clases de Crédito Documentario

Los Créditos Documentarios adoptan tres formas básicas según el grado de seguridad que proporcionan, dentro de las cuales pueden darse otras características que afectan principalmente al lugar y forma de pago.

- **Revocable.** Un crédito documentario revocable es aquel que puede ser modificado o anulado en cualquier momento por el banco emisor, sin previo aviso al beneficiario. Hay

que ser conscientes que este tipo de créditos es útil para aquellos casos en los que las partes se conocen y existe confianza en la seriedad del vendedor. En caso de no ser así, es aconsejable utilizar créditos irrevocables o incluso confirmados.

- **Crédito irrevocable no confirmado.** El crédito irrevocable sin confirmar por el banco exportador (banco avisador), es un tipo de crédito habitualmente utilizado. En este caso el banco avisador únicamente asume la tarea de avisar o notificar el crédito al beneficiario previa autenticación del mismo. El compromiso de pago recae únicamente en el banco emisor. Una vez que el compromiso ha sido tomado, el banco no puede declinar su responsabilidad sin el consentimiento del beneficiario. No es posible por tanto, anular o modificar el crédito de forma unilateral como ocurría en el caso del crédito revocable.
- **Crédito irrevocable y confirmado.** En este tipo de créditos el beneficiario disfruta de dos reconocimientos explícitos de responsabilidad independientes y abstractos. Por una parte del banco emisor (al emitir el crédito en forma irrevocable) y por otra del banco confirmador. El crédito debe ser utilizable y pagadero en las cajas del banco confirmador, los documentos deben ser presentados antes del vencimiento para pago, aceptación o negociación, en el banco que emitió el crédito, es decir, generalmente en la plaza del importador, por lo que los documentos deben ser presentados antes del vencimiento, en el banco designado por el emisor, es decir, en la plaza del vendedor.
- **Crédito documentario a la vista:** Son créditos pagaderos a los beneficiarios contra presentación de los documentos de utilización del crédito, siempre que todos los términos y condiciones del mismo se hayan cumplido.
- **Créditos documentarios a plazo:** Son aquellos pagaderos a los beneficiarios a un determinado vencimiento, posterior a la entrega de los documentos. Este plazo puede ser: Fijado desde el primer momento en el condicionado del crédito, a contar desde la recepción de la mercancía, a partir del embarque de la mercancía, o a partir de la entrega de los documentos.
- **Créditos documentarios a la aceptación:** Son aquellos créditos que al recibir los documentos conformes el Banco Pagador acepta un giro/letra de cambio con un vencimiento previamente fijado en el condicionado del crédito, en lugar de hacer efectivo el importe de los documentos. Como es lógico este giro/letra de cambio aceptada le da al

vendedor sólidas garantías en cuanto al buen fin de la operación y por otra parte le será muy fácil el descuento de la letra, debido a la solvencia del aceptante: Un Banco.

- **Crédito documentario transferible.** Un crédito documentario transferible es un crédito en virtud del cual el beneficiario (primer beneficiario) puede requerir al banco autorizado a pagar, a comprometerse a un pago diferido, a aceptar o a negociar (banco transferente) o, en el caso de un crédito libremente negociable, al banco específicamente autorizado en el crédito como banco transferente, a poner el crédito total o parcialmente a la disposición de uno o más beneficiarios (segundo/s beneficiario/s). Todo crédito documentario es intransferible, salvo que se diga expresamente lo contrario. Estos créditos documentarios transferibles también pueden realizarse al contado o a plazo.

- **Créditos con pagos anticipados.** Cabría distinguir entre anticipos asegurados y anticipos sin asegurar. En el primer caso, el banco del beneficiario del crédito debe emitir una garantía ante el importador, que se va reduciendo por los importes de los envíos parciales de mercancía que se efectúan, quedando cancelada al completarse la exportación. Los anticipos no asegurados no protegen al importador de posibles abusos del exportador.

Existen dos tipos:

*a) Crédito de cláusula roja.* En esta clase de créditos, el ordenante autoriza a anticipar una parte o el total del importe del crédito al beneficiario, el cual firmará un recibo por la cantidad anticipada comprometiéndose por escrito a reembolsarla, si no cumple las condiciones del crédito relativas a la fecha de expedición de la mercancía y a la presentación de documentos conformes. El Banco, al efectuar la liquidación del crédito al beneficiario, deducirá de la misma, la cantidad anticipada. Representa para el beneficiario una financiación que le hace su comprador, pues le permite disponer de dinero antes de entregar la mercancía.

*b) Crédito cláusula verde.* Se trata igualmente de una fórmula de financiación que se concede al beneficiario, se diferencia del anterior en que el Banco Pagador, para efectuar anticipos al beneficiario deberá recibir del mismo un documento que demuestre que ha comprado la mercancía o materia prima (que después de la consiguiente transformación), será exportada como utilización del crédito documentario, pudiéndose permitir utilizaciones según el siguiente criterio, siempre que el ordenante dé su aprobación:

1ª disposición (anticipo), contra simple recibo.

2ª disposición (anticipo), contra recibo y justificación del empleo del anticipo anterior.

3ª disposición, etc.

- **Créditos rotativos.** Son aquellos créditos que una vez utilizados por el importe por el que han sido establecidos, vuelven a quedar automáticamente abiertos para una o varias utilizations sucesivas en las mismas condiciones que la primera.

*a) Crédito Documentario Rotativo Acumulativo.* Cuando los importes no utilizados durante el período que marque el crédito (semanal, mensual, trimestral, etc.) pasan a engrosar el límite del crédito disponible en el siguiente período. Para que el crédito sea “acumulativo” es preciso que se mencione de forma expresa, pues en caso contrario, al no utilizarse algunas de las fracciones, éstas quedarían canceladas.

*b) Crédito Documentario Rotativo no Acumulativo.* Cuando los importes no utilizados durante uno de los períodos fijados, no se acumulan al siguiente. Si el beneficiario no dispone (parcial o totalmente) del importe asignado en este período perderá definitivamente su derecho a utilizarlo.

- **Crédito documentario back to back.** Este crédito recibe esta denominación por tratarse de un crédito que se apoya en otro anterior, pero de signo contrario e independiente del mismo (“espalda con espalda”). Cuando un exportador recibe un crédito documentario a su favor y tiene necesidad de comprar la mercancía que va a exportar, pero su proveedor le exige el pago o garantía de cobro de la misma, se pueden dar dos casos:

*a) Que no disponga de efectivo suficiente para pagar.*

*b) Que el crédito recibido a su favor no sea transferible.*

Para solucionar estos casos sin tener necesidad de recurrir al efectivo, el exportador, beneficiario del crédito recibido, solicita al mismo banco que abra otro crédito a favor de su proveedor que ha de servirle la mercancía. Son créditos que los bancos estudian con mucho recelo ya que su garantía es exclusivamente el primer crédito.

- **Crédito documentario de contingencia (stand by).** “Es una obligación irrevocable, independiente, documentaria y vinculante para todas las partes, que emite un banco (emisor) a solicitud y por cuenta de su cliente, para garantizar a un tercero (beneficiario) el cumplimiento de una obligación de hacer o de no hacer. En caso de incumplimiento, el

beneficiario tiene derecho de hacer efectiva la Carta de Crédito Stand By contra la presentación de una carta o certificación de incumplimiento que él mismo emite”.<sup>24</sup>

La gran ventaja de los *stand by* respecto a los avales radica en que quedan totalmente desvinculados de los contratos que están amparado. Un *stand by* se desvincula totalmente de cualquier contrato que pueda conformar su base causal, convirtiéndose en un instrumento independiente para su ejecución.

#### 1.6.4 Contratos de Compra Venta Internacional

“Los contratos comerciales internacionales abarcan una variedad de acuerdos o convenios comerciales concluidos entre distintas partes que se encuentran en distintos países con el objeto de proveer o intercambiar determinados bienes, servicios o una combinación de ambos.”<sup>25</sup>

Un contrato es básicamente la manifestación de la voluntad de quienes suscriben, a cumplir con lo que dice el contrato. Un contrato es la base y fundamento de la operación a celebrarse, por lo que en el se establece la descripción completa y pormenorizada de la operación, la cual tiene consecuencias jurídicas, por lo que se construye con bases legales que obligan a las partes a cumplir con lo pactado.

Esta clase de contrato se encuentra regida por La Convención de Naciones Unidas sobre Contratos de Compra Venta Internacional de Mercaderías, de acuerdo con practicas internacionales.

Los contratos deben contener básicamente lo siguiente:

- **Objeto.**- Es una descripción detallada de las características del producto o servicio que se ofrece, además de una posible renegociación de los términos del contrato.
- **Precio y Forma de Pago.**- Se describe con detalle la forma de pago con la que se realizará la transacción, esta cláusula es importante para asegurar el pago de las mercancías.

---

<sup>24</sup> Guía Básica del Exportador Bancomext 10ª ed. P.254

<sup>25</sup> Quintana Orozco Ricardo, “Papelito habla”, Negocios Internacionales Bancomext, Noviembre 2004



- **Empaque y Embalaje.**-Se especifica el tipo de empaque y embalaje para proteger el producto o mercancía, para que llegue en buenas condiciones a su destino final.
- **Entrega de la mercancía.**- Fecha y lugar donde se entregará la mercancía objeto del contrato, esto conforme a INCOTERM 2000.
- **Patentes y Marcas.**- Esto debido a que en la actualidad el plagio de marcas, diseños y patentes, torna difícil las relaciones comerciales internacionales.
- **Ley que regirá el contrato.**- Generalmente es la Convención de Naciones Unidas sobre Contratos de Compra Venta Internacional de Mercaderías.
- **Solución de controversias.**- quién y como se va a resolver, ya sea en base a los tribunales correspondientes de las partes contratantes o un arbitraje internacional.

La importancia de contar con un contrato escrito radica en que se incorporen los compromisos acordados entre las partes, tomando en cuenta que la voluntad de las mismas es la ley suprema de un contrato.

## II RETOS Y OPORTUNIDADES DEL MERCADO GLOBAL PARA LAS PyMEs

El Plan Nacional de Desarrollo (PND) 2001-2006 coloca a las pequeñas y medianas empresas (PyMEs) como eje rector del desarrollo socioeconómico del país, ya que fueron el sector más dinámico de la economía mexicana las PyMEs aportan 45% del PIB y el primer generador de empleos. Pero esto no les da el peso que corresponde ya que, no ha sido fácil para las pequeñas unidades de producción enfrentarse al actual esquema de comercio mundial.

En México, el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) disminuyó el apoyo económico a las PyMEs en el momento en que la mayoría de los países latinoamericanos dejaron de impulsar las reformas que, según este instituto financiero, eran necesarias para completar la estrategia de desarrollo que se había echado a andar. Particularmente se refería a las reformas fiscal y energética.

“En lo que se equivocaron el BID y el Banco Mundial (BM) fue en creer, a principios de los noventa, en que la liberalización comercial de México, y en general de América Latina, obligaría a las PyMEs y a sus gobiernos a reinventar este sector y considerar la relevancia que tienen en las economías locales.”<sup>26</sup>

Por lo que en la actualidad el (BID) recomienda básicamente que México incorpore a su agenda Nacional

- Estímulos a la competencia, y reducir la morosidad del sector.
- Crear programas de asesoría y capacitación de gestión financiera y asistencia técnica en la banca comercial.
- Impulsar programas de mejora en los marcos legislativos y en las instituciones jurídicas, para facilitar la recuperación eficaz de créditos atrasados.

---

<sup>26</sup> Naum Uriel, PYMES ¿A la guerra sin fusil? Manufactura Octubre 2005

- Otorgar asistencia técnica para la mejora de los marcos y de las instituciones relacionadas con productos financieros alternativos al crédito tradicional, como el arrendamiento financiero, el factoraje y el capital de riesgo.
- Invertir en bancos y compañías de arrendamiento financiero a cambio de una inversión en plataformas tecnológicas apropiadas a las PyMEs y un monto mínimo de crédito al segmento.
- Apoyar el establecimiento de programas de garantías de crédito que incorporen las mejores prácticas regionales e internacionales, siempre y cuando se mejore el entorno institucional (administración de justicia) y político.
- En teoría, el gobierno mexicano sí cuenta en su agenda económica con los puntos señalados, pero los propósitos para los que fueron hechas estas reglas no han dado los resultados esperados, ya sea por falta de seguimiento en los programas o por carencias más allá del mero dictamen de programas y apoyos financieros.

“La Secretaria de economía informa qué, del total de PyMEs exportadoras, 26.6% son micro, 28.7% medianas y 44.7% pequeñas. Cerca de 34% exportarán por primera vez y el grado de fracaso es elevado. Poco es lo que puede hacerse si se toma en cuenta que alrededor de 2,634 grandes corporaciones realizan cerca de 50% del total de las exportaciones que hace México; en el Programa de Desarrollo Empresarial 2001-2006 se plantea la necesidad de incrementar el valor de la producción de las PyMEs, a una tasa promedio anual de 5% en términos reales, y disminuir en igual proporción el valor de las importaciones como porcentaje total del Producto Interno Bruto (PIB).”<sup>27</sup>

Lo que en términos reales significa que en un futuro se espera que las PyMEs sean el motor principal de la economía nacional y de igual manera este tipo de empresas deben de afrontar riesgos nuevos, por lo que la colaboración del gobierno federal se vuelve fundamental.

---

<sup>27</sup> Naum Uriel, PYMES ¿A la guerra sin fusil? Manufactura Octubre 2005

## 2.1 Clasificación de las PyMEs

“Las empresas nacieron por la necesidad de la sociedad para crear satisfactores a cambio de una retribución que compensará el riesgo, los esfuerzos y las inversiones de los empresarios.”<sup>28</sup>

Las empresas significan la acción de emprender una cosa con un riesgo implícito, pero según Münch Galindo son un “Grupo social en el que, a través de la administración del capital y el trabajo, se producen bienes y / o servicios tendientes a la satisfacción de las necesidades de la comunidad”.<sup>29</sup>

En México la clasificación de las empresas se define por el número de empleados según el Diario Oficial de la Federación, en la publicación de la Ley para el Desarrollo de la Competitividad de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa, en su artículo 3 “MIPYMES: Micro, pequeñas y medianas empresas, legalmente constituidas, con base en la estratificación establecida por la Secretaría, de común acuerdo con la Secretaría de Hacienda y Crédito Público y publicada en el Diario Oficial de la Federación, partiendo de la siguiente: “<sup>30</sup>

Estratificación por Número de Trabajadores			
Tamaño de Empresa	Industria	Comercio	Servicios
Micro	0-10	0-10	0-10
Pequeña	11-50	11-30	11-50
Mediana	51-250	31-100	51-100

Fuente: Diario Oficial de la Federación. 20 De Diciembre de 2002.

De igual manera podemos encontrarnos con distintas clasificaciones, las cuales comprenden desde el giro, su finalidad, régimen jurídico etc. en el cuadro siguiente se observa con más detalle la clasificación

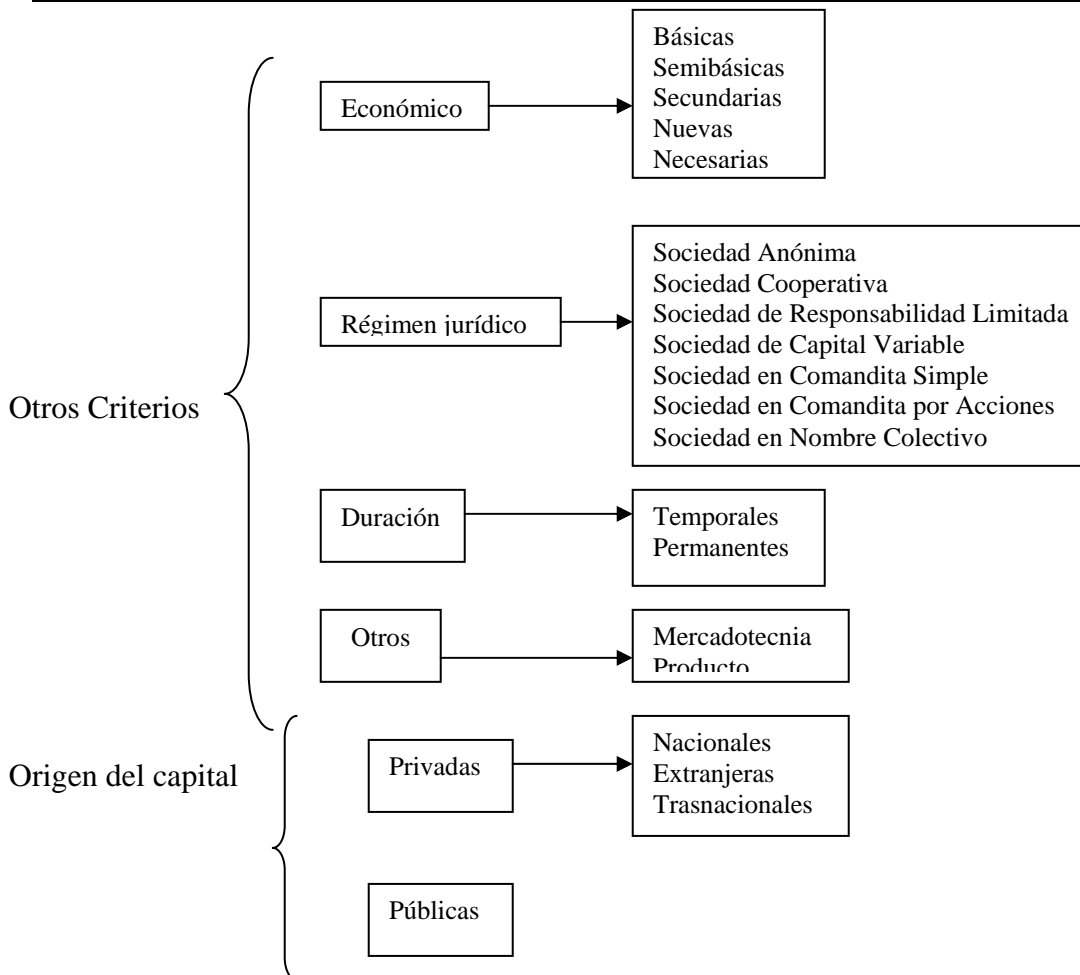
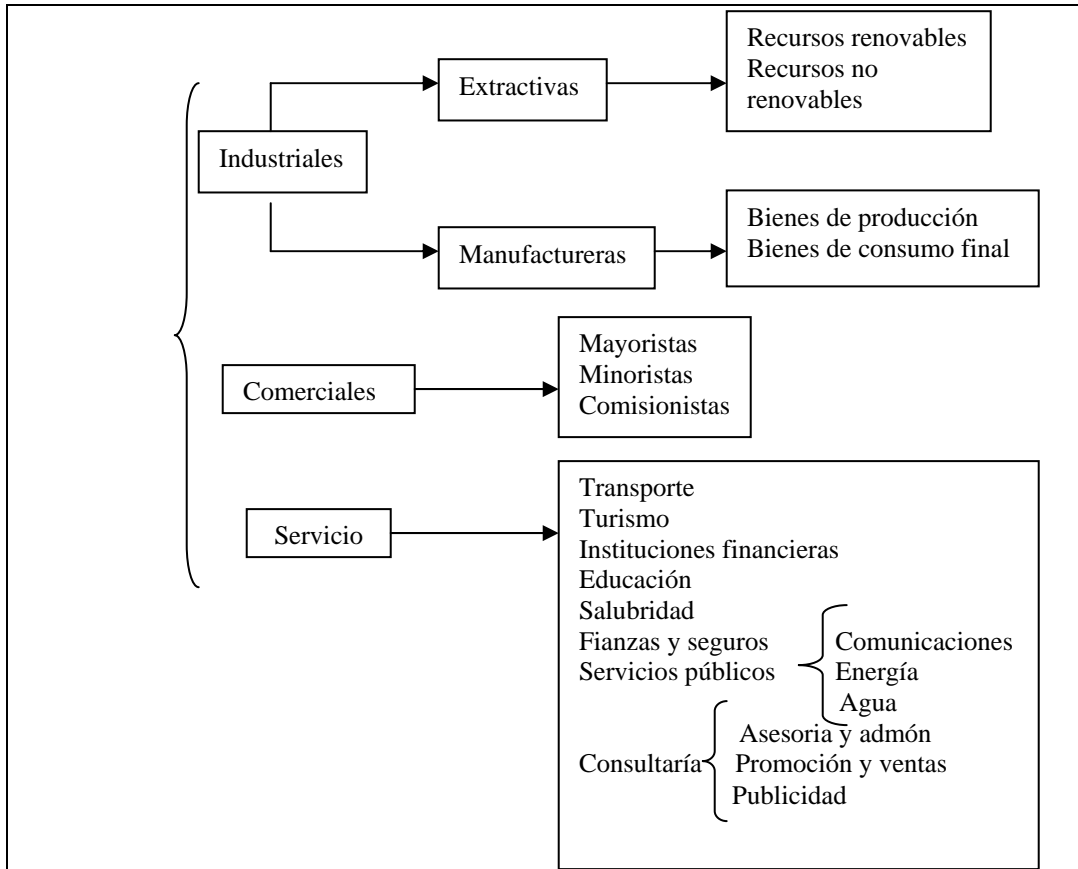
## CLASIFICACIÓN DE EMPRESAS

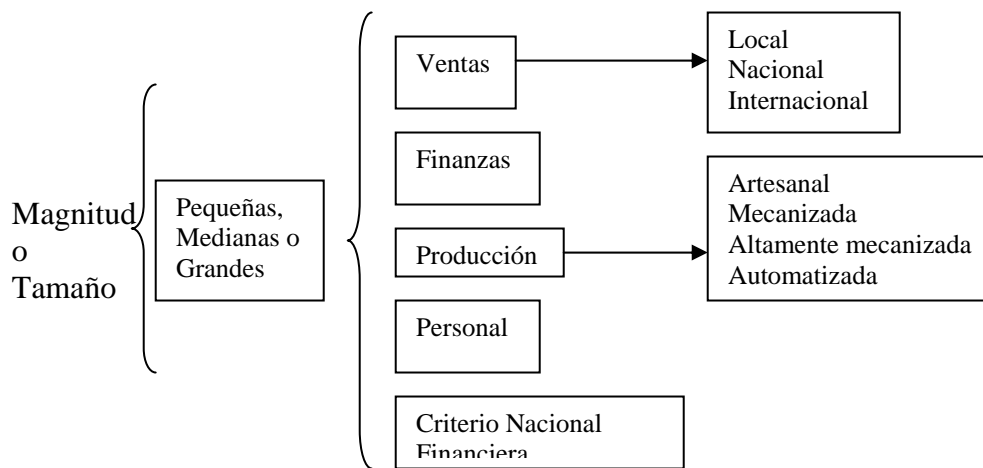
Actividad o giro

<sup>28</sup> Münch Galindo, Fundamentos de Administración Ed. Trillas, México 2002, p. 43

<sup>29</sup> Opcit p. 47

<sup>30</sup> Diario Oficial de la Federación. 20 De Diciembre de 2002, p.51





Fuente: Munich Galindo Lourdes, Fundamentos de Administración Ed. Trillas, México 2002 p.50

Si nos ubicamos adecuadamente en el tipo de empresa en la que se está trabajando resulta más sencillo poder competir, ya que bien ubicados en esta clasificación nos ayudará a fijar objetivos más claros y alcanzables, para evitar frustraciones y malos manejos dentro de cualquier empresa, además de identificar adecuadamente el tipo de servicios que se ofrecen y poder alcanzar financiamientos para lograr la movilidad económica y poder ascender en la escala de tamaño de empresas, siempre recordando que la buena administración de una entidad, nos asegura el éxito en las ventas y por ende el crecimiento económico.

## 2.2 Principales desafíos a los que se enfrentan las PyMEs de México en Mercados Extranjeros (RETOS)

En México lo ideal es que la empresa esté mejor preparada para afrontar las contingencias que puedan ir surgiendo con el paso del tiempo, y sacar provecho de las oportunidades tratando de minimizar los riesgos o las amenazas; por lo que en este capítulo se muestran los retos que tiene que afrontar una empresa para llegar a mercados extranjeros y permanecer en ellos evitando en gran medida riesgos.

Es de suma importancia que las debilidades de una empresa se conozcan, ya que estas tienen la capacidad de corregir los errores, por lo que a continuación se mostrará un cuadro con las principales debilidades de una PyME.

De igual forma que los riesgos de nuestro ambiente externo, por lo que en este sentido sólo

podemos prepararnos para los cambios que el futuro vendrán y manejar las distintas situaciones de la mejor manera, siempre pensando que nuestra empresa debe minimizar el impacto de los cambios.

#### DEBILIDADES (INTERNO)

Identificar las debilidades de las PyMEs es muy evidente ya que lo que se observa en ellas es que existe escasez de especialización tecnológica en procesos y productos industriales, condicionados por su orientación a un mercado estrecho y a segmentos poco complejos en sus demandas.

Nuestro país ha perdido competitividad por su incapacidad para reducir los costos de producción. Un ejemplo de esto es el gasto que las manufacturas realizan por consumo de energía eléctrica, pues, a pesar de que la inversión en infraestructura energética ha aumentado significativamente durante el presente sexenio, esto no se ha traducido en mayores ahorros para las compañías ni en una mayor independencia energética.

Es de suma importancia plantear el acceso a la energía en nuestro país ya que es un punto importante del costo de los productos por lo que es una desventaja que en nuestro país resulte sumamente caro tener este servicio básico en una microempresa donde “... de Diciembre de 2001 a enero del 2005 la energía eléctrica ha aumentado 80.3% es decir, de 60 a 111.13 pesos kwt, lo que pone en seria desventaja competitiva internacional a la industria textil de México en el precio final de sus productos, ya que afecta directamente en ese sentido”.<sup>31</sup>

En la actualidad, los negocios dependen de la eficiencia con la que opera la logística utilizada en sus procesos tanto internos como externos, que sustenten la venta y distribución de productos en mercados altamente competitivos. Si se considera que el entorno de los negocios cada día es más globalizado, debemos entender que el transporte de carga juega un papel primordial en la eficiencia y el desarrollo de las compañías de clase mundial Hoy día, los costos de autotransporte en México son 20% más altos que EU, por lo que el reto

---

<sup>31</sup> Díaz Meraz Adalberto Textileros Briosos, Líder del sector pide trato justo para los fabricantes Manufactura Mayo 2005

más importante en este punto es lograr que las PyMEs tengan acceso a este servicio a un menor precio para así bajar sus costos de distribución y estas sean más competitivas.

“La implementación de técnicas de logística por parte de las PyMEs podría ser un detonador muy importante para el encadenamiento de procesos productivos, lo que derivaría en un mayor número de negocios con capacidad exportadora”.<sup>32</sup>

“Se preveía que la liberación del comercio y más específico el TLCAN traería consigo un incremento en la productividad, dado que la apertura significaba para las compañías – grandes y pequeñas por igual – una presión para innovar, reestructurarse y estimular tanto su eficiencia como su capacidad de respuesta a clientes (industriales, minoristas y consumidores directos)”.<sup>33</sup>

Por desgracia esto no pasa así; las empresas grandes, si lograron adaptarse a este cambio tan brusco, pero las PyME o gran parte de ellas desaparecieron en el camino. Por lo que “los puntos débiles internos de las PyMEs incluyen una fuerte aversión al riesgo, un control excesivamente centralizado, una inadecuada planeación empresarial y habilidades directivas deficientes. Además las empresas poco exitosas suelen desestimar la adopción de nueva tecnología y la importancia de la educación y capacitación de sus empleados. El limitado acceso a capital y un bajo control de calidad son factores que también obstaculizan su desempeño”.<sup>34</sup>

## RIESGOS (EXTERNO)

Uno de los factores que impide el desarrollo de las PyMEs es el modelo económico, el cual está basado, principalmente, en la venta de productos al mercado exterior, pero también en la importación de insumos para la fabricación de artículos exportables. Por lo que es importante replantear la política de Comercio Exterior, esto no quiere decir que tiene que cerrar las fronteras, sino proteger a las PyMEs que pueden abastecer de insumos a las

---

<sup>32</sup> Jiménez Ismael, Distribución y Logística, México: ¿Obligación Comercial de América?, Manufactura Julio 2005)

<sup>33</sup> Haar Jerry, Beltrán Oscar Efectos del TLCAN en la competitividad de la pequeña empresa en México, Comercio Exterior Junio de 2004 Vol. 54 núm. 6

<sup>34</sup> Opcit.



empresas que exportan de manera directa, para así incrementar los beneficios de su modelo exportador.

Otro problema a superar es la falta de información. La mayoría de los sectores cuentan con datos periódicos que les ayudan a redirigir su estrategia dentro y fuera de la compañía. La única fuente de datos PyME es el Observatorio de la Secretaría de Economía que generalmente no cuenta con datos cien por ciento confiables ya que estos no son monitoreados continuamente y suelen ser muy atrasados; la falta de información sobre mercados para exportar, requisitos y condiciones de acceso constituye otro obstáculo a superar. Mientras no se difunda este tipo de información los proveedores de otros países seguirán cubriendo la demanda internacional y las PyMEs mexicanas competirán en desventaja.

“El Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) considera que la falta de financiamiento limita a las PyMEs en:

- Actividades extrapetroleras,
- Subcontratación, encadenamiento y desarrollo de proveedores,
- Innovación y actualización tecnológica,
- Aplicación de nuevas tecnologías de gestión, y
- Ventajas que presenta la globalización, como la importación directa de insumos”<sup>35</sup>

Por lo que es de suma importancia que el gobierno federal preste la debida atención para evitar que miles de empleos desaparezcan conjuntamente con las PyMEs

### 2.3 Oportunidades que tienen las PyMEs de México en Mercados Extranjeros

El conocer las oportunidades y los riesgos a los que se puede enfrentar en una plaza extranjera, nos proporciona armas para actuar en caso de contingencias y de igual forma de desarrollarnos como una empresa más competitiva y segura en su negociación internacional, por lo que a continuación se mencionan las fortalezas y oportunidades que tienen nuestras PYMES mexicanas en mercados extranjeros.

---

<sup>35</sup> Naum Uriel, PYMES ¿A la guerra sin fusil? Manufactura Octubre 2005

## FORTALEZAS (INTERNO)

Una de las principales fortalezas que caracteriza a nuestras empresas PyMEs es la flexibilidad y estabilidad que pueden adquirir en torno a los distintos problemas que pueden enfrentar cuando deciden exportar, una PyME es capaz de resurgir ante sus problemas debido a que la gente que trabaja en estas empresas es gente comprometida con la empresa debido a que la mayoría son empresas familiares. Por lo que su personal es responsable con su trabajo y en muchas ocasiones tiene mucha experiencia y conocen muy bien a sus clientes y proveedores lo que conlleva a que las relaciones proveedor consumidor cliente sea muy buena para la empresa.

En relación a sus fortalezas podemos decir que ser una empresa pequeña en muchas ocasiones no es obstáculo para que tenga buenas instalaciones ya que estas pueden encontrarse en muy buenas condiciones por lo pequeña y ubicadas en un lugar idóneo para realizar buenas ventas.

En gran medida lo que hace que una empresa PyME pretenda exportar es debido a que tienen un buen líder que mantiene una buena visión y pretende llevar a su pequeña empresa a el éxito, por lo que sus trabajadores confían en el y el personal pone lo mejor de su parte para lograr las metas que se proponen.

## OPORTUNIDADES (EXTERNO)

En México, las oportunidades que tienen las PyMEs para exportar son muchas, ya que debido a los distintos tratados que México ha firmado alrededor del mundo, les da la oportunidad de realizar exportaciones con mayor facilidad y a bajo costo, por lo que lo único que les resta es capacitarse de manera adecuada para poder soportar los niveles de producción que las exportaciones requieren.

De igual manera la cercanía con el devorador más grande de mercancías en el mundo (EUA); les da la ventaja para poder exportar con gran facilidad, ya que nuestra ubicación geográfica es clave para lograr introducir todo tipo de productos. Además de tener un tratado de Libre Comercio con ellos lo que nos debería de dar una ventaja muy importante

en la distribución de nuestros productos.

Es de suma importancia que nuestras PyMEs identifiquen en que parte de la cadena de abastecimiento comercial se encuentran, ya que esto les facilita la visión y el cumplimiento de sus objetivos, además de aprender a sobrevivir sin el proteccionismo que en el pasado tenían con el modelo de sustitución de importaciones.

La diversificación de los mercados extranjeros es una oportunidad, ya que la PyMEs de México tienen la oportunidad de contar con datos del extranjero para lograr introducir distintos productos, por lo que la información que se les brinda tanto de la Secretaría de Economía como de Bancomext es muy importante para que las empresas se fortalezcan en el extranjero y no estén a la deriva. En la actualidad las nuevas tendencias europeas tienen mucha fuerza en nuestro país y principalmente en EU, por lo que es necesario que las empresas que así lo requieran cambien o se modernicen en cuanto a producción de sus productos y en diseños, ya que el acceso a internet ha modificado las tendencias de vida en general.

En cuanto al aspecto político se refiere puedo señalar que este año 2006 es de suma importancia con el nuevo cambio de gobierno, ya que se espera mayor estabilidad económica, además del crecimiento del PIB, lo que significa que las personas y en general las empresas tendrán más capacidad de compra, por lo que se estima que las empresas crezcan en medida que la economía. Además que la política fiscal que se adopta en la actualidad prevé cambios importantes para fortalecer las empresas, además de restringir algunos productos de consumo nocivo para la salud por lo que es necesario que se conozcan los cambios y aprovechar el nuevo ambiente que nos espera para desarrollar las empresas en lo más posible.

#### 2.4 Programas para el apoyo a la Exportación de las PyMEs en México

Uno de los principales problemas a los que se enfrentan las PyMEs que desean exportar es la falta de información adecuada para realizar correctamente esta actividad, por ello en 1937 surge Bancomext, en el cual se combinan servicios financieros y promocionales, el

cual esta orientado principalmente a las PyMEs que se inician en la exportación o desean consolidarse como exportadoras, para las que existen 35 oficinas en México y 31 ubicadas en 20 países.

El Banco de Comercio Exterior a través de su portal de internet y oficinas regionales en todo el país es encargado de fortalecer la competitividad de las empresas mexicanas, principalmente pequeñas y medianas, además de fomentar la inversión mediante soluciones integrales a las necesidades de financiamiento y promoción de las empresas para que se desarrollen e incrementen su participación en los mercados globales.

En un esfuerzo por lograr que las PyMEs se fortalezcan y logren un crecimiento constante la Secretaría de Economía, en la Subsecretaría de la Pequeña y Mediana Empresa, creada en el 2000, tiene cinco programas relacionados directamente a estimular la competencia leal, crear programas de asesoría, capacitación de gestión financiera, relacionados directamente a marcos de crédito; todo esto en un portal de internet; el portal Contacto PyME ([www.contactopyme.gob.mx](http://www.contactopyme.gob.mx)), que está orientado a difundir información de carácter empresarial; la Red de Centros Regionales para la Competitividad Empresarial (Centro-Crece), la cual sirve para identificar necesidades de las pequeñas compañías; el programa para establecer sistemas de aseguramiento de calidad que, como su nombre lo dice, consiste en dar asesoría y asistencia en sistemas de calidad; el Sistema de Información de Servicios Tecnológicos (Sistec), por medio del cual se enlazan vía electrónica las PyMEs con los centros de tecnología y desarrollo, y el Programa de Capacitación y Modernización Empresarial (Promode), que tiene un rol similar al de una incubadora de negocios. Es por lo anterior que se considera que el futuro del sector no depende sólo de lo que hagan las autoridades de gobierno, sino también del papel que asuman los mismos industriales de aquí en adelante.

El Fondo de Apoyo para la Micro, Pequeña y Mediana Empresa (FONDO PYME) es un instrumento que busca apoyar a las empresas en particular a las de menor tamaño y a los emprendedores con el propósito de promover el desarrollo económico nacional, a través del otorgamiento de apoyos de carácter temporal a programas y proyectos que fomenten la

creación, desarrollo, consolidación, viabilidad, productividad, competitividad y sustentabilidad de las micro, pequeñas y medianas empresas. Desde su página [www.fondopyme.gob](http://www.fondopyme.gob) , al igual que la página [www.pyme.gob](http://www.pyme.gob) donde se puede encontrar todo lo necesario en cuanto información y prestamos se refiere. Cabe mencionar que estos créditos no se otorgan directamente por la Secretaría de Economía, si no mediante la banca de desarrollo y de diversas instituciones financieras.

Existen diversos programas de apoyo para las exportaciones por parte del gobierno en el **Anexo 1** se encuentra un cuadro con lo más importante de cada uno.

Otra de las instituciones que buscan colaborar con el financiamiento de las PyMEs mexicanas es Nafinsa que ofrece una amplia gama de productos y servicios que son verdaderos trajes a la medida para los diversos tipos de empresas y sus necesidades respectivas.

Sabemos que no es fácil conseguir un crédito, por eso en esta institución se presentan herramientas innovadoras que te ayudan y asesoran en este proceso. Tomar la decisión de contratar un crédito es un paso difícil pero en la página [www.nafinsa.com](http://www.nafinsa.com) te dan las bases para asegurar un crédito a tu medida.

En México existen distintas Instituciones dedicadas a apoyar a las PyMEs y en general a las empresas que soliciten colaboración ya sea para Tecnología, Financiamiento, Capacitación o Infraestructura, estas se enlistan en el **ANEXO 2**.

## 2.5 Apoyo financiero para el desarrollo de las PYMES en México

Debido a esto es que en el 2006 la Secretaría de Economía trabaja con el Sistema Nacional de Garantías con más de 20 productos a través de 18 bancos e instituciones financieras especializadas para formalizar acuerdos con la banca comercial, con la finalidad de fomentar la colaboración hacia las PyMEs. De acuerdo con la Comisión Nacional para la Defensa de los Usuarios Financieros, Condusef, los créditos que diversas instituciones financieras ofrecen a las PyMEs cuentan con respaldos gubernamentales y no son

directamente para la exportación, si no para desarrollo de la empresa, más sin embargo tienen productos que son de utilidad para el desarrollo de la actividad exportadora, ya que sin ser directamente para esta actividad se pueden utilizar para hacer crecer la capacidad productiva y por ende poder tener acceso a las exportaciones; en la página web de la Secretaría de Economía existe una liga para conocer los distintos financiamientos y con distintas instituciones bancarias, en las cuales estos programas tienen las siguientes características:

PRODUCTO	DESTINO	Tipo de crédito	Plazo	financiamiento	Garantía
CREDIEXPORTA Capital de trabajo	Financiamiento de compras de materia prima, costo directo de producción.	De habilitación o avío o créditos refaccionarios	Ciclo económico de la empresa y cuando es en moneda nacional mensuales o trimestrales	Hasta del 70% del valor de los pedidos y/o contratos y hasta 100% del costo de producción, o 90% del valor de las facturas.	Crédito con cesión de derechos de cobro de ventas financiadas, hipoteca civil o industrial, certificados o bonos de prenda.
CREDIEXPORTA Proyectos de Inversión	Producción de bienes de exportación directa o indirecta	De habilitación o avío créditos refaccionarios para sector primario	Ciclo productivo 182 días para manufacturas y servicios y 360 para agropecuarios y pesca.	Hasta el 70% del valor de la factura o 100% del costo de producción.	Cesión de derechos a cobro de las ventas financiadas, hipoteca civil o industrial.

Elaborado con datos de la página [www.bancomext.com](http://www.bancomext.com)

La Secretaría de Economía ha firmado convenios con instituciones y organismos financieros, a través de los cuales las micro, pequeñas y medianas empresas con necesidades de financiamiento, que demuestren viabilidad operativa y financiera, puedan solicitar el apoyo de un crédito; estos los pueden solicitar casi en cualquier banco dependiendo el destino, a continuación se presentan unas tablas en las que se describen los programas más importantes que ofrecen apoyo a las PyMEs:

INSTITUCIÓN	Nombre del crédito	Destino del Crédito	Tasa de Interés	Plazo	Monto del Crédito	Garantías	Características adicionales del crédito

BANAMEX	Crédito Revolvente Impuesto Empresarial	Gastos Operativos	Dato no proporcionado	Abierto	Máximo de \$550,000.00  Mínimo de \$44,000.00	Un obligario solidario o fiador quien deberá ser el principal accionista del negocio, para personas morales y el cónyuge para personas físicas casadas bajo el régimen de sociedad conyugal o legal.	1. Crédito para personas físicas con actividad empresarial, profesionistas independientes y personas morales (PYMES), que sean clientes de Banamex con antigüedad mayor a un año.
	Línea automática Banamex	Capital de Trabajo	Tasa de interés fija	5 meses para hacer uso de la línea revolvente. 1 mes para generar el primer pago mínimo. 12 meses para realizar el pago de cada disposición.	Máximo \$2,000,000  Mínimo \$ 100,000.00	1. Debido a que el crédito es garantizado a través de la aplicación del porcentaje de descuento sobre facturación de sus ventas con tarjetas, es necesario que sus depósitos se efectúen exclusivamente con Banamex. 2. No es necesario contar con aval o contratar fianza, únicamente deberá contar con un Obligado Solidario que deberá ser el principal accionista del negocio.	1. Crédito para personas físicas con actividad empresarial, profesionistas independientes y personas morales (PYMES), que sean clientes de Banamex con antigüedad mayor a seis meses. 2. Crédito en moneda nacional. 3. No existe comisión por realizar prepagos.

INSTITUCIÓN	Nombre del crédito	Destino del Crédito	Tasa de Interés	Plazo	Monto del Crédito	Garantías	Características adicionales del crédito
-------------	--------------------	---------------------	-----------------	-------	-------------------	-----------	---

BANORTE	Agroactivo	1. Capital de trabajo. 2. Activos Fijos	Puede ser variable o fija con base a CETES	Desde 1 hasta 5 años	Desde \$500,000.00 Hasta \$2,000,000	Bien inmueble	1. Es un Crédito dirigido a la pequeña y mediana empresa, así como a personas físicas con actividad agroindustrial, agropecuaria, comercial y/o servicios agropecuarios. 2. El crédito es en moneda nacional. 3. Opciones de amortización del crédito acordes a las necesidades de la empresa.
	Crediaactivo	1. Capital de Trabajo. 2. Adquisición de Maquinaria, bodegas, mobiliario, equipo de transporte. 3. Construcción, desarrollo tecnológico y mejoramiento ambiental.	Puede ser variable o fija	Desde 1 hasta 5 años	Desde \$100,000 hasta \$900,000	Bien inmueble	1. Crédito para personas físicas con actividad empresarial, profesionistas independientes y personas morales (PYMES), que sean clientes de Banamex con antigüedad mayor a seis meses. 2. Crédito en moneda nacional. 3. No existe comisión por realizar prepagos.
	Crediaactivo paraguas	Capital de trabajo hasta 3 años y activo fijo hasta 18 meses	Aproximadamente TIE + 12 puntos	Desde 18 meses hasta 3 años.	Hasta \$1 millón	Aval, sin garantía	1. El Crédito Es Para Personas Morales Y Personas Físicas Con Actividad Empresarial (Régimen General De Ley, Intermedio Y Repeco).

INSTITUCIÓN	Nombre del crédito	Destino del Crédito	Tasa de Interés	Plazo	Monto del Crédito	Garantías	Características adicionales del crédito
-------------	--------------------	---------------------	-----------------	-------	-------------------	-----------	---



BBVA BANCOMER	Credipyme Clásico	1. Capital de trabajo revolvente y permanente 2. Infraestructura	Tasa fija y diferentes plazos.	Para capital de trabajo revolvente: 12 meses con disposiciones hasta de 90 días. Para capital de trabajo permanente e infraestructura: 12, 24, y 36 meses.	Mínima de \$100,000 en el caso de capital de trabajo.  Revolvente requiere de disposiciones mínimas de \$50,000.	Dato no proporcionado.	1. Credipyme Clásico es un programa de crédito para empresas y personas físicas con actividad empresarial.
	Credipyme productivo	1. Capital de trabajo revolvente y permanente. 2. Infraestructura	De acuerdo al tipo de crédito y monto solicitado	C	Minima \$100,000  Máxima \$2,000,000	Realizar un depósito a la vista.	1. Credipyme Productivo es un crédito para pequeñas empresas y personas físicas con actividad empresarial. 2. Crédito en moneda nacional.
	Tarjeta A Negocios (Bbva)	1. Insumos, Inventarios, Enseres, Etc. 2.	Fija Y Variable	Hasta 24 Meses	Desde \$ 75 Mil Hasta \$500 Mil	Obligado Solidario	1. Fija: Se Determina Al Momento De La Contratación Variable Tíe + 10 Puntos 2. Micro, Pequeñas Y Medianas Empresas De Los Sectores Industria, Comercio Y Servicios, No Se Requiere Ser Cliente Del Banco 3. Que Sus Ventas Sean Por\$75 Mil Mensuales.

INSTITUCIÓN	Nombre del crédito	Destino del Crédito	Tasa de Interés	Plazo	Monto del Crédito	Garantías	Características adicionales del crédito
Santander Serfin	Crédito Pyme	1. Capital de Trabajo.	Fija durante todo el plazo del crédito.	En créditos para capital de trabajo va desde 1 hasta 18 meses.	Para empresas en operación desde \$50,000 hasta \$750,000	Para los dos tipos de crédito se necesita 1 obligario solidario (con bienes inmuebles libres de gravamen) en proporción de 1 a 1, es decir, el patrimonio del obligado solidario debe ser igual a 1 valor total del crédito solicitado, adicionalmente en créditos para activo fijo, se deja en garantía el bien adquirido.	1. Crédito con apoyo de NAFIN y de la Secretaría de Economía. 2. Tasa fija a plazos flexibles. 3. Sin garantía hipotecaria. 4. El crédito lo pueden solicitar empresas en operación (con 2 ejercicios fiscales terminados) y para empresas nuevas (aquellas que comienzan su actividad y ya están dadas de alta en hacienda).
		2. Activos Fijos (maquinaria y equipo)		En créditos para activos fijos desde 1 hasta 36 meses.	Para empresas nuevas desde \$50,000 hasta \$400,000 para capital de trabajo y desde \$50,000 hasta \$400,000 para activo fijo. Importante sólo se financia hasta el 80% del valor del activo fijo.		

INSTITUCIÓN	Nombre del crédito	Destino del Crédito	Tasa de Interés	Plazo	Monto del Crédito	Garantías	Características adicionales del crédito
HSBC	Crédito a negocios	1. Capital de trabajo, 2. Resurtir inventarios, 3. Resurtir equipo de transporte, equipo de cómputo, mobiliario, maquinaria y equipo	Tasa fija 18% a 24% anual	Hasta 48 meses	Desde \$10,000	Esquemas con o sin garantías hipotecaria, dependiendo del destino y monto del crédito.	1. El crédito negocios está dividido en tres productos independientes para cada necesidad de tu negocio: Pagos fijos negocios.- Un crédito ágil, sencillo, fácil de usar y entender, diseñado para cubrir tus necesidades ocasionales de inventario. Inmediauto Negocios.- Puedes comprar un auto o una pequeña flotilla con las mejores condiciones del mercado. Capital de trabajo Negocios (montos mayores).- Si tus necesidades son mayores, tenemos un producto adecuado para ti, con pagos fijos y tasa fija a plazos de hasta 48 meses. 2. El monto de crédito depende de la capacidad de pago.

	Crédito con colateral	1. Capital de trabajo transitorio	Tasa variable sobre base TIIE de acuerdo al riesgo cliente - sector	El plazo de la línea autorizada es de 1 año, con disposiciones máximas de 180 días.	El monto del financiamiento puede ser hasta por un 70% del valor de la garantía.	Tiene como garantía un porcentaje del valor nominal de documentos como pagarés no negociables, letras de cambio o estimaciones de obra ejecutada, etc..	1. Tasas flexibles de acuerdo al riesgo del acreditado. 2. Liquidación de Créditos a través de Internet 3. No se cobra comisión por prepago.
--	-----------------------	-----------------------------------	---	---	--	---	--

Fuente: Villegas Javier Cómo Financiar su Negocio, para Solicitar Créditos Dinero Disponible, Revista Entrepreneur, p.32-41.

## 2.6 Productos Mexicanos Competitivos en el Mercado Internacional

Uno de los principales problemas a los que se enfrentan las PyMEs en México es la política Industrial de nuestro país, que si se reorientara hacia este sector con seguridad, no habría tanto desempleo, pues las unidades productoras suelen tener mayor oferta de trabajo que los establecimientos que sólo venden o dan algún tipo de servicio.

“La participación porcentual, en cuanto a número de unidades productivas, es la siguiente: Alimentos, bebidas y tabaco, 21%; textiles, prendas de vestir y cuero, 20%; madera y sus productos, 3.1%; papel y artículos de papel, 3.1%; sustancias químicas y artículos de plástico, 11.2%; bienes a base de minerales no metálicos, 6.4%; metálicas básicas, 1.4%; maquinaria y equipo, 25%, y otras industrias manufactureras, 4.3%. Las ramas de alimentos, textil, maquinaria y sustancias químicas emplean a 71.8% de la gente que labora en las pequeñas unidades manufactureras.”<sup>36</sup>

Entre 1993 y 2003 los sectores con mayor participación en las exportaciones mexicanas son también las que han presentado mayores tasas de crecimiento promedio anual; el sector eléctrico y electrónico con el 17.0%, el sector textil y de la confección con el 16.4%, y el sector equipo de transporte y autopartes con el 13.0% como se observa en la siguiente tabla.

<sup>36</sup> Naum Uriel, PYMES ¿A la guerra sin fusil? Manufactura Octubre 2005

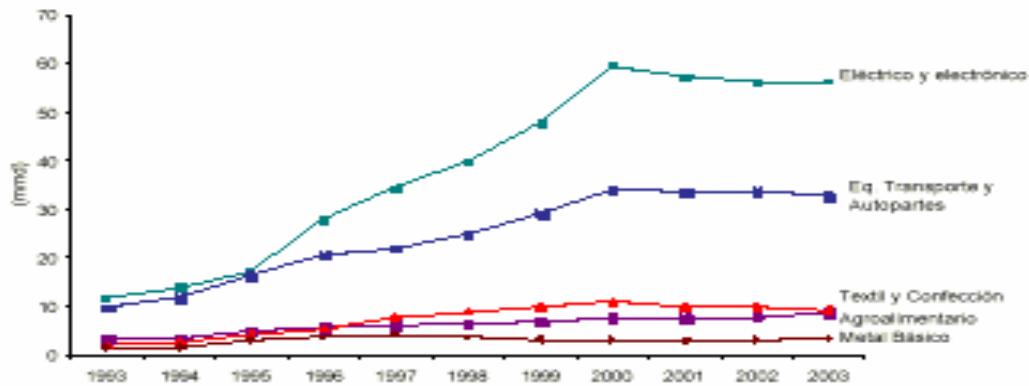
**Exportaciones por Sector**  
(miles de millones de dólares)

	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	Var. 03/93	Var. 03/02	Var. promedio anual
Agroalimentario	3.1	3.5	4.7	5.7	6.3	6.7	6.9	7.6	7.5	7.7	8.7	170.9%	13.2%	10.5%
Textil y Confección	2.0	2.7	4.1	5.5	7.7	8.7	9.9	11.0	9.9	9.9	9.3	356.9%	-5.7%	16.4%
Eléctrico y Electrónico	11.7	13.8	16.9	27.8	34.3	39.7	47.7	59.4	57.3	56.1	56.2	381.6%	0.1%	17.0%
Metal básico	1.5	1.8	3.0	3.6	4.1	3.6	2.9	3.0	2.8	3.0	3.2	117.3%	7.2%	8.1%
Eq. de Transporte y Autopartes	9.7	11.7	16.3	20.5	21.9	24.7	28.8	33.8	33.4	33.6	32.7	238.8%	-2.5%	13.0%
Otros Sectores	23.9	27.6	34.5	32.9	38.1	34.2	40.2	51.9	47.9	50.8	54.8	129.3%	8.3%	8.7%
<b>Exportaciones Totales</b>	<b>51.9</b>	<b>60.9</b>	<b>79.5</b>	<b>96.0</b>	<b>110.4</b>	<b>117.5</b>	<b>136.4</b>	<b>166.5</b>	<b>158.4</b>	<b>160.8</b>	<b>164.9</b>	<b>218.1%</b>	<b>2.5%</b>	<b>12.3%</b>

Fuente: Secretaría de Economía con datos de Banxico

Todo esto es producto de la apertura de mercados internacionales y principalmente a la movilidad de mercancías que se logra en las distintas aduanas que existen alrededor del país siendo las principales las que se encuentran en los estados de Veracruz, Tamaulipas, y por supuesto los estados fronterizos con los Estados Unidos. En la siguiente gráfica se observa el comportamiento de los distintos sectores a lo largo de 10 años por lo que es de suma importancia observar los ciclos de los sectores para saber cuales son las causas por las que sus curvas se denotan a veces a la alta y a veces a la baja.

**Exportaciones por sector**  
(miles de millones de dólares)



Fuente: Secretaría de Economía con datos de Banxico

Los principales destinos de las exportaciones mexicanas son como se observa en el siguiente cuadro hacia los Estados Unidos y Canadá impulsado por el tratado de Libre Comercio que mantenemos firmado con estos países desde 1994.

Exportaciones totales de México por principal país de destino								
(millones de dólares)								
Rango	País	2002	2003	2004	% Participación			% Cambio 04/03
					2002	2003	2004	
	Totales al mundo	160,763	164,860	189,200	100.0	100.0	100.0	14.8
1	ESTADOS UNIDOS	142,639	146,335	167,455	88.7	88.8	88.5	14.4
2	CANADÁ	2,864	2,827	2,796	1.8	1.7	1.5	-1.1
3	ESPAÑA	1,436	1,464	2,016	0.9	0.9	1.1	37.8
4	ALEMANIA	1,296	1,750	1,926	0.8	1.1	1.0	10.0
5	ARUBA	214	766	1,374	0.1	0.5	0.7	79.3
6	SUIZA	319	694	780	0.2	0.4	0.4	12.4
7	REINO UNIDO	619	560	775	0.4	0.3	0.4	38.4
8	COLOMBIA	571	520	625	0.4	0.3	0.3	20.1
9	VENEZUELA	604	329	610	0.4	0.2	0.3	85.6
10	GUATEMALA	522	537	602	0.3	0.3	0.3	12.1
11	BRASIL	494	419	574	0.3	0.3	0.3	37.2
12	PAÍSES BAJOS	578	590	559	0.4	0.4	0.3	-5.3
13	CHILE	274	323	555	0.2	0.2	0.3	72.2
14	JAPÓN	605	600	553	0.4	0.4	0.3	-7.8
15	CHINA	514	463	474	0.3	0.3	0.3	2.4
	Los demás países	7,214	6,684	7,526				
Fuente: <a href="http://www.bancomext.com/bancomext/aplicaciones/directivos/documentos/ULSA-CMOD.ppt#4">www.bancomext.com/bancomext/aplicaciones/directivos/documentos/ULSA-CMOD.ppt#4</a>								

## 2.7 Como mantenerse y desarrollarse en el Mercado Extranjero

Para las PyMEs su mercado más importante es el nacional, y es ahí donde tienen que librar sus batallas cotidianas. No obstante que los informes de la actual administración señalen como prioridad crear un ambiente propicio para el desarrollo del comercio interno.

En realidad no existe de este modo, las PyMEs deben implementar programas de fortalecimiento y desarrollo industrial que les permitan colocarse en el mercado nacional e internacional.

“Las PyMEs exitosas logran incorporar con rapidez cambios radicales en su estructura organizativa, en la dirección y en sus sistemas de producción, lo que les permite responder a la competencia y a los desafíos derivados de la apertura del mercado, la desregulación y el desarrollo económico regional”.<sup>37</sup>

<sup>37</sup> (Haar Jerry, Beltrán Oscar Efectos del TLCAN en la competitividad de la pequeña empresa en México, Comercio Exterior Junio de 2004 Vol. 54 núm. 6)

Lo que las autoridades y los gremios empresariales de renombre ven en las PyMEs son células productivas con capacidad de proveeduría, nada más. No observan en este sector cadenas integrales capaces de competir con corporativos de renombre, según el segmento al que pertenezcan. “Hay que bajar las grandes corporaciones a las PyMEs para que se asocien, trabajen de manera conjunta y ambas partes se puedan beneficiar del Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN)”, comentó en mayo pasado el Ejecutivo Federal, en sintonía con esta visión exportadora y de proveeduría de las pequeñas firmas.”<sup>38</sup>

La mayoría de los especialistas en temas de logística coinciden en que México cuenta con las condiciones naturales para convertirse en el polo de desarrollo comercial de América del Norte. También están de acuerdo en que se debe mejorar y consolidar la infraestructura de los distintos sectores que conforman las cadenas productivas, incorporar más empresas a dichas cadenas, generar mayores flujos de inversión e implementar nuevas reglas de competencia para todos los actores involucrados en el progreso económico del país.

“... si en el futuro se garantiza la continuidad en el desarrollo de una red integral de comunicaciones, podríamos pensar en México como una región central de tránsito comercial eficiente y, por ende, paso obligado para acceder a las oportunidades que podrá ofrecer el progreso de las regiones económicas del continente americano”.<sup>39</sup>

Para las PyMEs mexicanas exportadoras sólo con preparación y esfuerzo conjunto se pueden aprovechar las oportunidades del mercado global. Además de que México debido a los distintos tratados y acuerdos comerciales que tiene firmados le es más sencillo acceder a más mercados, no necesariamente quedarse con el que ya tiene sino expandirlo; y es necesario que todos busquen la forma de aprovecharlos, para tener más beneficios, y lograr que nuestras PyMEs puedan consolidarse y volverse más fuertes ante los cambios que en un futuro podrían marcar nuestra permanencia en los mercados extranjeros o nuestra salida de ellos.

---

<sup>38</sup> Opcit,

<sup>39</sup> Jiménez Ismael, Distribución y Logística, México: ¿Ombigo Comercial de América?, Manufactura Julio 2005)

### III LA INDUSTRIA TEXTIL DESDE EL PUNTO DE VISTA GLOBAL EN MÉXICO

Las primeras vestimentas se confeccionaban con pieles, pero eran burdas y ásperas; con el tiempo, el hombre aprendió a hilar pelos de animales, dándoles una torsión manual para obtener hilos que, al enderezarlos, formaban un tejido. Más tarde aparecieron las fibras vegetales y se obtuvieron mejores prendas en apariencia y calidad.

En México existe el tejido desde la época prehispánica, cuando la mayoría de las etnias indígenas elaboraban sus indumentarias a base de hilos de algodón que se trenzaban y posteriormente se teñían con tintas derivadas de raíces, flores, cortezas y semillas oriundas de cada región.

Tras la llegada de los españoles, la actividad textilera adquirió características mestizas y al algodón se añadió la seda y la lana, que siguen siendo ampliamente utilizados hoy en día.

Los lugares que sobresalen por esa industria son Tenancingo, Michoacán y Santa María del Río en San Luis Potosí. Ahí la actividad textil se aprende entre paredes de ladrillo y adobe bajo la tutela de padres y abuelos; tratándose de una forma de subsistencia familiar. De acuerdo con diversos especialistas, el uso del rebozo es uno de los rasgos más notables en la vestimenta de la población mexicana. El descubrimiento de las telas sintéticas y de las máquinas industriales no logró silenciar los telares tradicionales. Por el contrario, proporcionó un mayor rasgo de identidad a las prendas que son elaboradas a base de hilos naturales.

En cuanto a las fibras de algodón, el algodón americano tuvo su origen en México y en el Perú y se debe aceptar como cierto el hecho de que el algodón se cultivaba en América desde antes de Cristo.

En lo que a México respecta, podemos decir que el poliéster se empezó a utilizar desde 1956 en volúmenes reducidos. Los industriales que trajeron esta fibra, tuvieron que resolver los problemas inherentes a su procesabilidad y adquirir experiencia en el manejo e hilatura

de la fibra. El desarrollo que ha tenido en México el poliéster ha sido muy importante y actualmente se usa en mezclas con algodón, rayón y lana, así como 100 % poliéster.

A partir de la década de los sesenta se empezaron a producir hilados con mezclas de poliéster algodón, obteniéndose de esta forma un producto de características superiores a las que se obtendrían si se utilizaran las dos fibras por separado.

En el censo económico levantado en el 2004, las Industrias manufactureras representaron 10.9% del total de unidades económicas, sobresaliendo la Industria alimentaria y la fabricación de: Productos metálicos, Productos a base de minerales no metálicos, Prendas de vestir y Muebles.

En el desarrollo del presente capítulo encontraremos el desempeño que tiene este ramo en la actualidad, ya que nuestra industria ha pasado como ya se mencionará por etapas difíciles, más no imposibles de superar, es por ello que el objetivo de la cadena fibras-textil-vestido, es volver a ser una industria competitiva en nuestro país y en el extranjero.

### 3.1 Comportamiento de la Industria Textil Mexicana en Mercados Internacionales ÁMBITO NACIONAL

En el 2004, el sector textil y de la confección estaba compuesto por 13,787 empresas. De las cuales el 67% correspondieron a empresas micro. En segundo lugar se encuentran las empresas pequeñas con el 20%, en tercer lugar las medianas con el 9%, y las grandes solamente representan el 4%.

Tamaño de las empresas del sector textil y confección 2004

Tamaño de la empresa	Número de establecimientos ene-dic 2004		
	Sector textil	Sector confección	Textil y confección
Micro	1,427	7,803	9,230
Pequeña	632	2,105	2,737
Mediana	382	926	1,308
Grande	140	372	512
Total	2,581	11,206	13,787

Fuente: CNIV



En la siguiente tabla observamos que para el primer semestre del 2005, hubo un incremento de 182 empresas, que correspondió principalmente a las micro, pequeñas y medianas, ya que la cantidad de las grandes descendió de 512 a 499.

Tamaño de las empresas del sector textil y confección ene-jun 2005

Tamaño de la empresa	Número de establecimientos ene-jun 2005		
	Sector textil	Sector confección	Textil y confección
Micro	1,377	8,001	9,378
Pequeña	624	2,142	2,766
Mediana	355	971	1,326
Grande	135	364	499
Total	2,491	11,478	13,969

Fuente: CNIV

Cabe destacar que en el 2004, el sector de la confección cuenta con el 81% del total de las empresas de la Industria Textil y Confección, y para el primer semestre del 2005, ese mismo sector aumentó un punto porcentual para quedar en el 82% de la Industria.

Lo que quiere decir que en el sector textil se esta perdiendo terreno, no obstante la industria de la confección ha ido en aumento, ya que su flexibilidad permite al sector adecuarse más rápido a los cambios del mercado actual, mientras que el textil se ha retraído, debido a la importación de telas de medio oriente que vienen a precios de menor costo que en nuestro país, por lo que la cadena presenta problemas desde el inicio ya que las empresas que confeccionan se están viendo obligadas a comprar su materia prima en el extranjero, ya que estas empresas aseguran el surtimiento de materiales en tiempo y forma, cosa que muchas de nuestras empresas textiles no hacen.

Es de suma importancia mencionar que existen 12 Estados de la República productores del sector textil y confección, estos estados son básicamente del norte de la República, no obstante que también existe en el resto del país algunas empresas maquiladoras de esta industria, siendo las más importantes y en mayor número las que se ubican en el centro del país, en el siguiente mapa se encuentran identificados los estados ya mencionados.

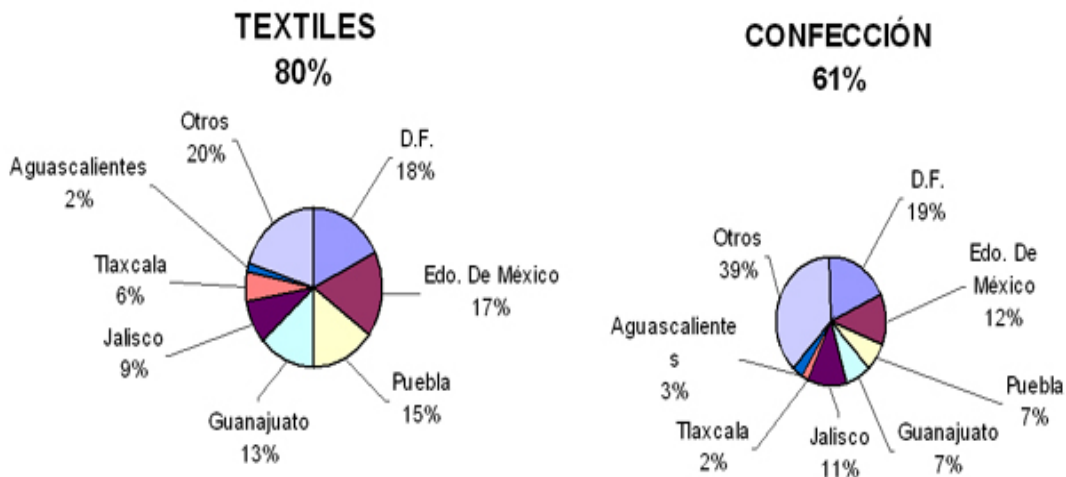
#### Distribución geográfica de los estados productores del sector textil y confección



Fuente: Secretaría de Economía con datos del INEGI

Con base en datos del INEGI, el 80% de la industria textil y el 61% de la industria de la confección se concentran en la región centro México. Siendo los 7 principales, Aguascalientes, Tlaxcala, Jalisco, Guanajuato, Puebla, Estado de México y Distrito Federal.

Concentración en el centro de México de la industria textil y confección



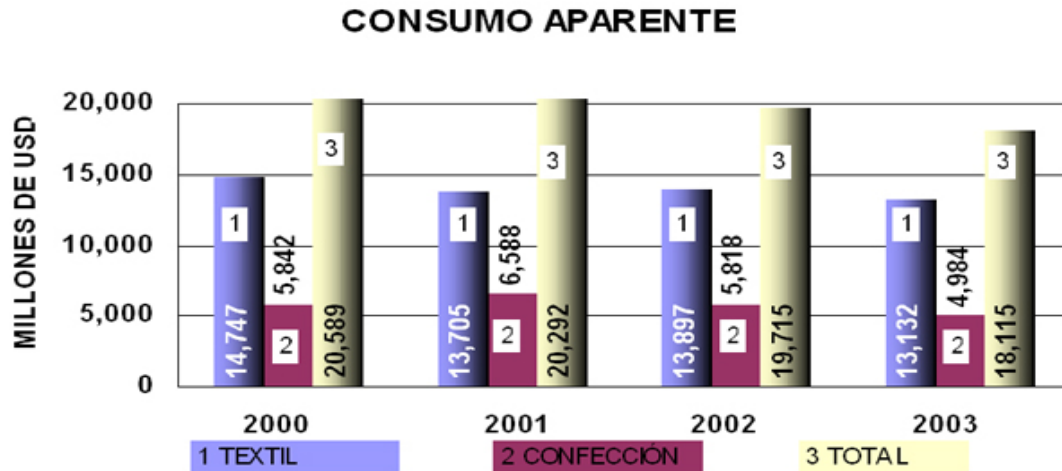
Fuente: Kurt Salmon

En la siguiente gráfica, observamos que el total del consumo nacional aparente del sector textil y confección en el año 2000 era de \$20,588 millones de USD y al 2003 de \$18,115 millones de USD, representando una disminución del 12%.

Por lo que respecta al sector textil, en el año de 2000, el consumo nacional aparente era de \$14,747 millones de USD y para el 2003 fue de \$13,131, representando una disminución

del 14.6%. En el sector de la confección, en ese mismo periodo era para el año 2000 \$5,841 y para el 2003 de \$4,983, significando una disminución del 12%.

Consumo Nacional Aparente del 2000 al 2003



Fuente: Datos de INEGI y WTA

En este marco las empresas textiles y de la confección sufren una disminución en consumo aparente, esto debido a varios factores como son.:

- Poca innovación en sus productos.
- El mercado se vuelve más especializado y las empresas no ofrecen los productos que cubren sus necesidades.
- Los costos que ofrecen son altos.

### ÁMBITO INTERNACIONAL

Por lo que respecta a las Exportaciones de nuestro país, desde la firma del Tratado de Libre Comercio de América del Norte, TLCAN, en 1994, las ventas de exportación de México, incluyendo la industria maquiladora, pasaron de USD \$2,700 millones a USD \$9,748 millones en el 2004.

Por lo anterior, la industria del sector textil y de la confección en México, la cual incluye desde la fabricación de fibras naturales, artificiales y sintéticas, hilos, tejidos y la confección de éstos, ha tenido cambios sustanciales en su estructura en los últimos años.

Del año de 1996 al 2001, México fue el primer proveedor de productos textiles y de la confección a los Estados Unidos de América, seguido de Canadá y China que fueron el segundo y tercero, respectivamente.

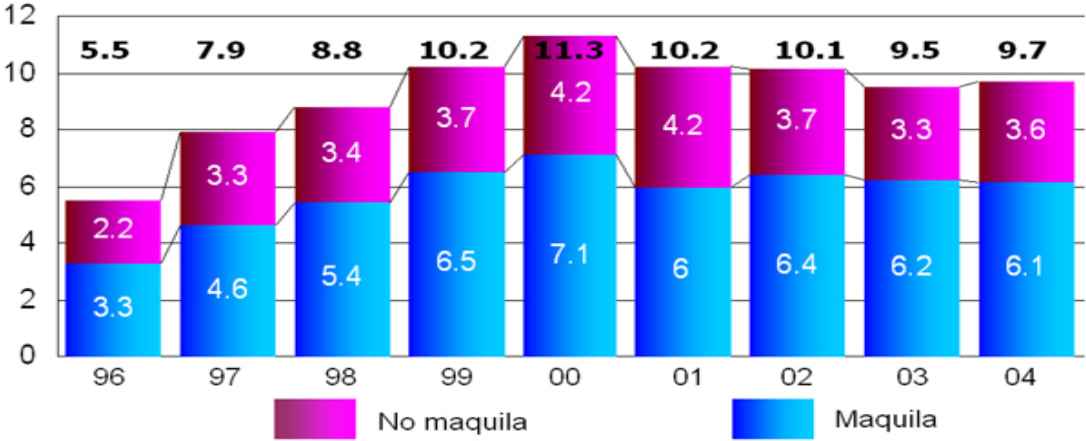
Del 2002 al 2004, China pasó a ser el primer proveedor de Estados Unidos, quedando México y Hong Kong en el segundo y tercer sitio, respectivamente, de acuerdo a las siguientes cifras:

Proveedores de Estados Unidos

PAÍS	2003	2004	% VARIACIÓN
CHINA	14,205	17,801	25.3
MÉXICO	8,695	8,495	-2.3
HONG KONG	3,867	4,018	3.9

Como se podrá observar, China tuvo un crecimiento de más del 25% respecto al año anterior, mientras que México decreció en ese mismo periodo un 2.3%; en vista de lo anterior, si bien es cierto que nos mantenemos como segundo proveedor, también lo es que el volumen de exportaciones a ese mercado está disminuyendo poco a poco y no estamos aprovechando el crecimiento del mercado estadounidense, ya que en el año 2003, Estados Unidos importó del mundo \$82,818 millones de USD y en el 2004, las importaciones fueron de \$ 89,716 millones de USD, existiendo un incremento de \$6,898 millones, representando un crecimiento del 8.3%.

Exportaciones mexicanas del sector textil y confección de maquila y no maquila. Miles de millones de dólares



Fuente: WTA

En la siguiente tabla se observa cómo las exportaciones mexicanas han experimentado una tendencia negativa en los últimos años. En el 2003, tuvimos una tasa de crecimiento negativo promedio anual de -5.5% y para el año 2004 se registró un crecimiento del 2.3% en relación al año anterior.

Si comparamos el 2004 respecto a las cifras obtenidas en el 2003, en lo que se refiere al sector textil, destaca la tendencia positiva en las exportaciones del capítulo 52 (que incluye desde la fibra hasta la tela de algodón) con un incremento del 14.2%; asimismo el capítulo 55 (que se refiere a fibras sintéticas y artificiales) también tuvo un incremento del 13.5%, sin dejar de mencionar el incremento del capítulo 50 (seda), que aunque en términos porcentuales es del 250%, en términos cuantitativos es de únicamente \$500 mil USD.

Por otro lado, en lo que se refiere a los capítulos 61, 62 y 63 que están dentro del sector de la confección, el capítulo 62, que corresponde a prendas de vestir de tejido plano, tuvo un incremento del 9%, en tanto que el capítulo 61, relativo a prendas confeccionadas con tejidos de punto, tuvo una caída considerable del 6.6%.

Comparativo de las exportaciones del sector textil y confección. Millones de USD

SA	Descripción	ANUAL					%
		2000	2001	2002	2003	2004	Variación
50	Seda	0.04	0.02	0.01	0.02	0.07	250.0
51	Lana	78.56	59.67	46.42	51.04	52.10	2.1
52	Algodón	378.08	280.53	252.49	190.62	217.60	14.2
53	Las demás fibras vegetales	3.1	2.71	1.39	1.53	1.57	2.6
54	Filamentos sintéticos o artificiales	554.12	437.17	394.21	387.67	413.52	6.7
55	Fibras sintéticas o artificiales	319.28	298.93	325.35	273.29	310.21	13.5
56	Guata, fieltro y telas sin tejer	147.8	158.33	168.87	179.98	177.92	-1.1
57	Alfombras	71.43	56.69	63.03	57.52	54.80	-4.7
58	Tejidos especiales	199.53	118.57	156.83	159.05	125.75	-20.9
59	Tejidos impregnados	90.76	83.77	95.1	103.29	101.73	-1.5
60	Tejidos de punto	100.67	102.89	93.91	90.39	89.64	-0.8
	<b>TOTAL SECTOR TEXTIL</b>	<b>1,943.37</b>	<b>1,599.28</b>	<b>1,597.61</b>	<b>1,494.40</b>	<b>1,544.91</b>	<b>3.4</b>
61	Prendas de vestir, de punto	3,256.33	3,286.15	3,166.79	3,008.19	2,808.16	-6.6

62	Prendas excepto los de punto	5,171.05	4,547.74	4,461.14	4,203.18	4,581.70	9.0
63	Los demás artículos textiles	917.07	737.87	885.32	825.92	813.17	-1.5
TOTAL SECTOR CONFECCIÓN		9,344.45	8,571.76	8,513.25	8,037.29	8,203.03	2.1
TOTAL TEXTIL Y CONFECCIÓN		11,287.80	10,171.00	10,110.80	9,531.70	9,748.06	2.3

Fuente: World Trade Atlas

El principal destino de nuestras exportaciones dentro del sector lo constituyen los Estados Unidos por arriba del 91%, seguido por Canadá, Hong Kong, España, Bélgica, Guatemala, Islas Caimán, Colombia y China, Costa Rica, República Dominicana, Honduras, entre otros.

En la tabla siguiente se listan los principales productos que se exportan, así como el valor y destino de los mismos.

Principales productos del sector de la confección exportados en el 2004 y destino de las exportaciones

FRACCIÓN	DESCRIPCIÓN	DESTINO PRINCIPAL	MILL. USD		
			2003	2004	% VARIACIÓN 04/03
SECTOR CONFECCIÓN			2003	2004	% VARIACIÓN 04/03
6203.42.99	Pantalones de algodón para hombres o niños (destacan los pantalones de mezclilla)	EUA	1,454.6	1,412.5	-2.9
6204.62.01	Pantalones de algodón para mujer (destacan los pantalones de mezclilla)	EUA	1,050.4	1,332.4	26.8
6109.10.01	T-shirts de algodón de tejido de punto	EUA	784.4	735.6	-6.2
6307.90.99	Los demás artículos confeccionados (destacan los textiles para el hogar)	EUA	339.1	385.8	13.8
6110.20.99	Pullovers, cardigans y demás prendas similares, de punto, de algodón (excepto sweaters)	EUA	309.4	308.1	-0.4
6110.30.99	Pullovers, cardigans y demás prendas similares, de punto, de	EUA	237.7	210.1	-11.6

	fibras sintéticas (excepto sweaters)				
6203.43.99	Pantalones de fibras sintéticas, para hombres o niños	EUA	222.6	237.4	6.7
6210.10.01	Prendas de vestir confeccionadas con productos de las partidas 5602 o 5603 (fieltro y tela sin tejer)	EUA	178.5	186.6	4.5
6212.10.01	Sostenes	EUA	156.1	164.6	5.4
6106.10.99	Camisas, blusas y blusas camiseras de punto, de algodón (excl. deportivas)	EUA	151.5	142.1	-6.2

Fuente: World Trade Atlas

En la tabla se listan los principales productos del sector textil que se exportaron en el 2004, así como el valor y destino principal de los mismos.

Principales productos del sector textil exportados en el 2004, valor y destino principal

FRACCIÓN	DESCRIPCIÓN	DESTINO PRINCIPAL	MILL. USD		
			2003	2004	% VARIACIÓN 04/03
SECTOR TEXTIL					
5402.41.01	Hilados de filamentos de nailon	EUA	117.1	123.1	5.1
5501.30.01	Cable de filamentos de acrílicos o modacrílicos	EUA	44.1	70.8	60.6
6004.10.99	Tejidos de punto con elastómeros	EUA	49.5	56.6	14.3
5209.42.01	Tejidos de mezclilla en los que los hilos de urdimbre estén teñidos de azul y los de trama sean crudos, blanqueados, teñidos de gris o azul más claro	EUA	49.4	51.8	4.9
5502.00.99	Cables de filamentos artificiales	BELGICA	34.9	51.5	47.5
5402.33.00	Filamento sintético de poliéster	EUA	44.5	49.0	10.1
5503.20.01	Fibras sintéticas discontinuas tereftalato de polietileno	EUA	49.8	41.8	-16.1
5806.32.01	Cintas de fibras sintéticas o artificiales	EUA	56.6	30.8	-45.5
5606.00.99	Hilados, entorchados tiras y formas similares de las partidas 5404 y 5405 (excepto 5605) hilados de chenilla y cadeneta. Los demás ( excl.poliuretano)	EUA	28.8	20.6	-28.4

5408.32.99	Filamentos sintéticos o artificiales teñidos (excl. Los asociados con el hilo de caucho)	EUA	41.0	17.2	-58.1
5811.00.01	Productos textiles acolchados en pieza, constituidos por una o varias capas de material textil combinadas con un material de relleno y mantenidas mediante puntadas u otra forma de sujeción, excepto los bordados de la partida 5810	EUA	32.7	16.6	-49.1

Fuente: World Trade Atlas

### Importaciones

Como se observa en la siguiente tabla, del 2000 al 2004 las importaciones del sector textil y confección han disminuido paulatinamente a una tasa promedio anual del -1.2%.

Los capítulos con mayor volumen de importaciones son el de algodón y filamentos sintéticos para el sector textil y para el sector de la confección prácticamente son los dos que corresponden a la ropa tanto de tejido de punto como de tejido plano.

Cuadro comparativo importaciones por capítulo y valor. Millones de USD

SA	Descripción	ANUAL					% Variación
		2000	2001	2002	2003	2004	2004/2003
50	Seda	13.1	11.5	8.4	8.7	10.2	16.7
51	Lana	143.1	149.3	121.8	124.1	118.0	-4.9
52	Algodón	1,734.7	1,511.9	1,541.2	1,524.7	1,652.1	8.4
53	Las demás fibras vegetales	14.2	14.4	13.6	16.4	21.3	30.2
54	Filamentos sint. O art.	1,322.1	1,143.8	1,136.7	1,130.0	1,039.2	-8.0
55	Fibras sintéticas o artificiales	699.3	707.4	772.9	684.8	709.3	3.6
56	Guata, fieltro y telas sin tejer	407.2	420.4	400.3	396.8	432.6	9.0
57	Alfombras	182.9	170.0	173.1	168.9	167.9	-0.6
58	Tejidos especiales	674.7	577.8	631.8	613.3	629.1	2.6



59	Tejidos impregnados	537.6	606.7	649.2	692.1	711.6	2.8
60	Tejidos de punto	616.5	555.9	537.3	620.1	838.6	35.2
TOTAL IMPORTACIONES TEXTILES		6345.4	5,869.1	5,986.3	5,979.9	6,329.9	5.9
61	Prendas de vestir, de punto	1,896.1	1,874.3	1,788.2	1,588.7	1,274.6	-19.8
62	Prendas textiles los de punto	1,575.9	1,448.5	1,409.1	1,299.5	1,153.5	-11.2
63	Los demás artículos textiles	224.0	217.5	220.8	210.9	210.9	0.0
TOTAL IMPORTACIONES CONFECCIÓN		3,696.0	3,540.3	3,418.10	3,099.10	2,639.00	-14.8
TOTAL IMPORTACIÓN SECTOR		10,041.2	9,409.5	9,404.4	9,080.1	8,969.0	-1.2

Fuente: World Trade Atlas

Dentro de la siguiente tabla aparecen listados los principales productos importados, en donde se encuentra el algodón sin cardar, ya que como se sabe México es deficitario en la producción de esta fibra natural, también aparece en segundo lugar los tejidos de mezclilla, en todos los casos el origen es de Estados Unidos; por lo que respecta a la confección, lo que más se importa son las T' shirt de algodón y jerseys.

#### Principales productos importados . Millones USD

FRACCIÓN	DESCRIPCIÓN	ORIGEN	AÑO		MILL. USD
TEXTIL			2003	2004	% VARIACIÓN 04/03
5201.00.99	Algodón sin cardar	EUA	533.4	564.3	5.8
5209.42.01	Tejidos de mezclilla	EUA	425.0	450.1	5.9
5903.20.01	Tejidos impregnados con poliuretano	EUA	192.2	191.9	-0.2
5806.32.01	Cintas de fibras sintéticas o artificiales	EUA	178.1	178.4	0.2
5209.32.01	Tejidos de algodón con contenido de algodón superior o igual al 85% en peso, de peso superior a 200 g/m2, teñidos de ligamento sarga, incluido el cruzado, de curso inferior o igual a 4	EUA	114.5	129.1	12.8
5407.52.01	Los demás tejidos de filamento de	EUA	93.0	118.2	27.1

	poliéster texturados sup. o igual a 85% en peso, teñidos				
5811.00.01	Productos textiles acolchados	EUA	118.8	110.4	-7.1
5401.10.01	Hilo de coser de filamentos sintéticos	EUA	113.7	109.4	-3.8
5603.12.99	Las demás. Tela sin tejer de peso superior a 25g/m2 pero inferior o igual a 70 g/m2 de anchura mayor a 45 mm	EUA	118.7	107.5	-9.4
5903.90.02	Telas de fibras sintéticas o ratificales impregnadas, recubiertas o revestidas o estratificadas con plástico	EUA	112.0	106.0	-5.3
5407.61.99	Los demás tejidos con un contenido de filamentos de poliéster sup o igual al 85% en peso	CHINA	73.0	93.7	28.4
5407.10.99	Tejidos fabricados con hilados de alta tenacidad	EUA	153.1	82.9	-45.8

Fuente: World Trade Atlas

En la tabla siguiente vemos que por lo que respecta a la confección, lo que más se importa son productos de tejido de punto, tales como T'shirt de algodón, jerseys, pullovers y de tejido plano, tenemos pantalones para mujer.

#### Principales productos importados . Millones USD

FRACCIÓN	DESCRIPCIÓN	ORIGEN	AÑO		MILL. USD
			2003	2004	% VARIACIÓN 04/03
CONFECCIÓN			2003	2004	% VARIACIÓN 04/03
6109.10.01	T'shirts de algodón	EUA	295.9	190.9	-35.5
6110.20.99	Pullovers, cardigans y demás prendas similares, de punto, de algodón (excl. sweaters)	EUA	195.9	162.5	-17.0
6110.30.99	Pullovers, cardigans y demás prendas similares, de punto de fibras sint o art (excl. Sweaters)	EUA	195.8	159.7	-18.4
6204.62.01	Pantalones y pantalones cortos para mujer o niña de algodón en tejido plano	EUA	187.9	148.4	-21.0
6217.90.99	Los demás complementos de vestir confeccionados, tejido plano. Partes	EUA	152.4	123.3	-19.1
6203.42.99	Pantalones y shorts para hombre o niño de algodón, tejido plano	EUA	144.6	114.2	-21.0
6109.90.01	T'shirts de fibras sintéticas	EUA	88.2	72.6	-17.7
6212.10.01	Sostenes	EUA	79.4	50.8	-35.9
6117.90.99	Los demás complementos de vestir	EUA	73.66	54.1	-26.5

	confeccionados, de punto. Partes				
6115.92.01	Panty medias, medias, calcetines, leotardos de algodón, tejido de punto	EUA	70.6	53.1	-24.7

Fuente: World Trade Atlas <sup>40</sup>

Las estadísticas que se observaron con anterioridad nos dicen que la Industria Textil Mexicana requiere de una reestructuración para repuntar en mercados internacionales ya que la infraestructura existe, sólo se requiere que los industriales mexicanos pongan un granito de arena para lograr que este sector sea competitivo y pueda mantenerse a pesar de la dura competencia que tiene con China, esta se encuentra básicamente en los Estados Unidos que es uno de los principales socios comerciales que tiene México en cuestión de exportaciones.

### 3.2 Participación en el Producto Interno Bruto y Balanza Comercial

“La cadena Fibras – Textil – Vestido es estratégica para México, por su importante contribución al PIB, las exportaciones, las inversiones y la generación de empleo. Esta cadena productiva, integrada por los eslabones de fibras químicas, textiles y confección, representa la cuarta actividad manufacturera más importante de México. En 2001 participó con el 1.2% del PIB total y 7.1% del PIB manufacturero; contribuyó con el 17.5% del empleo y con el 2.4% de la inversión en la industria manufacturera.”<sup>41</sup>

“Es de destacar que 80% de la industria textil y 61% de la industria de la confección se concentran en el centro del país. El Distrito Federal, Baja California, el Estado de México, Guanajuato, Coahuila y Puebla recibieron 64.8% de la Inversión Extranjera Directa (IED) que llegó al país en 2004, según datos de la Secretaría de Economía.

Por lo regular, en los meses de noviembre y diciembre es cuando la industria del vestido obtiene entre 40 y 50% de sus utilidades anuales. Por ende, el ciclo de crecimiento de la industria textil inicia durante el tercer cuatrimestre del año.”<sup>42</sup>

<sup>40</sup><http://www.bancomext.com/Bancomext/portal/portal.jsp?parent=8category=394document=720>

<sup>41</sup> Díaz Meraz Adalberto. *INDUSTRIA TEXTIL. ¿Cómo entrelazar estrategias?*, Manufactura Junio 2005

<sup>42</sup> Uriel Naum. *INDUSTRIA TEXTIL Y DE LA CONFECCIÓN. ¿Por dónde empezar a deshebrar la madeja?*, Manufactura Junio 2005

## Balanza comercial

Con base en la confrontación de las cifras estadísticas de exportación menos las de importación se genera la Balanza Comercial, en la cual se enumera y cuantifica el valor monetario de la totalidad de las compras y las ventas únicamente por las mercancías que México intercambio con el exterior, esta evaluación se refiere siempre a un período determinado, generalmente un año.

Cualquiera que sea el conjunto de mercancías que incluya la balanza comercial, las fuentes de información y la forma de cuantificarlas, se dice que ésta es favorable, positiva o superávitaria, cuando el valor de las exportaciones excede al de las importaciones. En el caso contrario, la balanza comercial se considerará desfavorable, negativa o deficitaria.

México, dentro de la industria textil y de la confección mantiene una balanza comercial positiva, aunque en el 2003 tuvo un decremento de \$256 millones de USD en relación al año 2002, para el 2004 el saldo fue de \$779 millones de USD, lo que equivale a un incremento de \$327 millones de USD dentro del sector textil y confección, ya que tal y como se indica en la siguiente tabla de la balanza comercial, el saldo pasó de USD \$1,246 millones en el 2000 a USD \$451.7 millones en el 2003.

Si observamos el desglose a nivel de capítulo que aparece en la tabla, veremos que dentro del sector textil existe un déficit en el saldo de \$4,785 millones de USD, que principalmente corresponde la importación de productos del capítulo 52, en donde se encuentra clasificado el algodón sin cardar y los tejidos de algodón (mezclilla) que en conjunto el saldo negativo es de casi \$1,500 millones de USD. No menos importante es el saldo negativo dentro de la balanza los productos de los capítulos 60 (tejidos de punto), 54 filamentos sintéticos y 59 (tejidos impregnados) que la suma de estos 3 últimos es de poco menos de \$ 2000 millones de USD. }

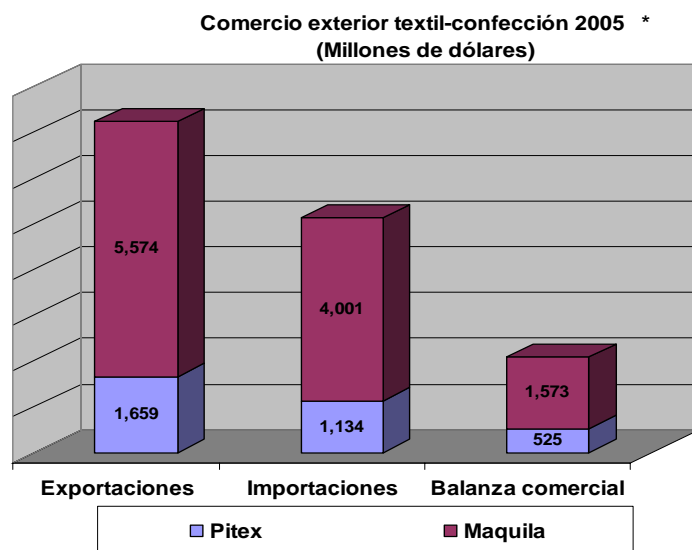
Por lo que respecta al saldo de la balanza comercial del sector de la confección, en esta misma tabla observamos que en relación al año del 2003, hubo un incremento favorable de \$626 millones de USD para quedar el saldo positivo dentro de la balanza de \$5,564 millones de USD, que corresponde principalmente a las prendas de vestir de tejido plano, después a las prendas de tejidos de punto y en menor medida a los demás productos textiles (ropa de cama, de mesa, etcétera).

### Balanza por Producto. Sector Textil

SA	Descripción	ANUAL				
		2000	2001	2002	2003	2004
50	Seda	-13	-12	-8	-9	-10
51	Lana	-65	-90	-75	-73	-66
52	Algodón	-1,357	-1,231	-1,289	-1,334	-1,434
53	Las demás fibras vegetales	-11	-12	-12	-15	-20
54	Filamentos sintéticos o artificiales	-768	-707	-743	-742	-626
55	Fibras sintéticas o artificiales	-380	-408	-448	-412	-399
56	Guata, fieltro y telas sin tejer	-259	-262	-231	-217	-255
57	Alfombras	-111	-113	-110	-112	-113
58	Tejidos especiales	-475	-459	-475	-454	-503
59	Tejidos impregnados	-447	-523	-554	-590	-610
60	Tejidos de punto	-516	-453	-443	-530	-749
<b>BALANZA TOTAL SECTOR TEXTIL</b>		<b>-4,402</b>	<b>-4,270</b>	<b>-4,388</b>	<b>-4,487</b>	<b>-4,785</b>
61	Prendas de vestir, de punto	1,360	1,412	1,379	1,420	1,534
62	Prendas excepto los de punto	3,595	3,099	3,052	2,904	3,428
63	Los demás artículos textiles	693	520	665	615	602
<b>BALANZA TOTAL SECTOR CONFECCIÓN</b>		<b>5,648</b>	<b>5,031</b>	<b>5,096</b>	<b>4,938</b>	<b>5,564</b>
<b>BALANZA TOTAL DE LA INDUSTRIA</b>		<b>1,246</b>	<b>761</b>	<b>708</b>	<b>452</b>	<b>779</b>

Fuente: World Trade Atlas

En el caso de los Estados Unidos la Balanza comercial bajo el esquema de PITEX y Maquila, que son dos programas para promover las exportaciones, se encuentra en la siguiente tabla:



Fuente: SE con datos del Banco de México. Datos Enero-Noviembre 2005

Lo que nos dice que con un poco de apoyo nuestra industria podría ser una de las principales del país, tanto en generación de empleos, como en movimiento de capitales para que la economía tenga un ritmo acelerado y saludable para el país.

Pero se requiere que el gobierno federal sienta las bases para el repunte, ya que los apoyos gubernamentales para empresas PyMEs es fundamental como se muestra en la gráfica.

### 3.3 Análisis FODA de la Industria Textil Mexicana

En el proceso de análisis de las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, en el método FODA, se consideran los factores económicos, políticos, sociales y culturales que representan las influencias del mercado externo.

El método FODA juicioso y ajustado a la realidad provee excelente información para la toma de decisiones en el área de diversificación de mercados, por ejemplo, permite una mejor perspectiva antes de emprender un nuevo proyecto de producto.

FODA debe hacer la comparación objetiva entre la empresa y su competencia para determinar fortalezas y debilidades y ha de realizarse una exploración amplia y profunda del entorno que identifique las oportunidades y las amenazas que en él se presentan.

El método FODA tiene dos focos, por una parte se enfoca en la empresa en sí (enfoque interno) y por otra, lo hace en su entorno (enfoque externo).

Al buscar aspectos claves internamente, lo que se busca es determinar los factores sobre los cuales se puede actuar directamente mientras que al hacer al análisis externo se busca identificar factores que afecten al negocio (llámese producto, unidad estratégica de negocios, línea de productos, etc.), de manera positiva o negativa, con el fin de potenciarlos o minimizarlos de acuerdo con su efecto. Cuando se emprende el análisis interno se deben considerar todos los aspectos que se manejan en la organización, recursos humanos, recursos físicos, recursos financieros, recursos técnicos y tecnológicos, riesgos, etc.

## DEBILIDADES (INTERNO)

Las debilidades se refieren básicamente a desventajas competitivas, las cuales se presentan cuando no se implementan estrategias generadoras de valor que los competidores sí implementan.

“Uno de los principales problemas que enfrentan las PyMEs fue que ante la inminente apertura económica estas nunca intentaron resolver el problema de la calidad y la productividad, de las prácticas proteccionistas y de la baja inversión en la investigación y desarrollo enfocado a la atención del mercado interno (mucho menos externo), sin descontar la ausencia de políticas industriales claras y enfocadas a los problemas reales que se enfrentan este tipo de empresas”<sup>43</sup> como lo son:

- Costos de mano de obra y operación más altos que el de los países asiáticos.
- Nueve empresas realizan más del 40% de las ventas de prendas en el sector formal.
- Un alto porcentaje de las exportaciones involucra operaciones de ensamble (maquila) en lugar de “paquete completo “ como en Asia.
- 90% de las exportaciones del sector son hacia E.U., seguido de Canadá, Honduras, Hong Kong, Guatemala, Islas Caimán, República Dominicana, España, Bélgica y Costa Rica, entre otros.

En la mayoría de las empresas no existe ninguna técnica de mejora de calidad y desarrollo de procesos productivos lo que nos resta competitividad y posibilidades de colocarnos en algunas plazas o segmentos de mercado.

El costo de los energéticos es un problema real para las compañías textiles, que les impide competir en precio con el exterior, por lo que es de suma importancia que se revise a fondo esta problemática para lograr que nuestras empresas se vuelvan competitivas también en este rubro.

Debido a todo esto es urgente tomar medidas legislativas para proteger a este sector de la economía, que sufre graves problemas de carácter administrativo y fiscal debido a tantas

---

<sup>43</sup> Naum Uriel, COMPETITIVIDAD alcances desiguales, Manufactura, 1 de Septiembre del 2005

regulaciones, especificaciones y actos de discrecionalidad de autoridades menores que abusan de sus cargos, por lo que la información con respecto a los tramites tanto para operar como para exportar es importante que la sepan para evitar este problema.

## RIESGOS (EXTERNO)

Al realizar el análisis externo se deben considerar todos los elementos de la cadena productiva, aspectos demográficos, culturales, políticos e institucionales.

“Es evidente que no podemos competir con china en cuanto a volumen (de producción) pues, basta con saber que ellos cuentan con cerca de 30 millones de costureras y en México apenas contabilizamos el millón. De esta desventaja nació la idea de crear una marca propia de alta calidad y que sea cien por ciento HECHO EN MÉXICO”; el objetivo es entrar al mercado de moda rápida, que es la principal tendencia en el mercado global”<sup>44</sup>

El reto, tanto para el gobierno como para las empresas, es generar políticas eficaces de desarrollo logístico e intentar una red eficiente de infraestructura. La falta de desarrollo logístico está impidiendo a las manufactureras explorar nuevas alternativas de inversión y expansión. Sin lugar a dudas, estamos desaprovechando la posición estratégica que ocupamos en el continente americano.

Uno de los principales problemas a los que se enfrenta la cadena es el contrabando y la inseguridad, sin duda, son factores negativos que afectan a la cadena fibras- textil-vestido, la cual ha llegado a una serie de acuerdos estratégicos para impulsar la competitividad del sector, sin embargo este representa grandes perdidas para el sector y además que todos pagamos el precio: desde el consumidor, al recibir productos importados más caros, y de mala calidad; hasta el exportador al no poder competir en mercados internacionales debido a la falta de posicionamiento en su propio mercado nacional.

El contrabando no esta limitado a las mercancías que llegan de China u otros países, también existen maquiladoras clandestinas de tela instaladas en México, la mayoría de ellas ubicadas en el estado de Hidalgo, Puebla y Estado de México.

---

<sup>44</sup> El programa de competitividad promovido por el gobierno no es suficiente, Manufactura Julio del 2005



El problema de la inseguridad existe desde el Aeropuerto de la Ciudad de México, pese a ser un área de seguridad nacional, es de las zonas más inseguras del país, ya que el control que ahí hay es mínimo y diario hay considerables robos de mercancías, se habla de 12 a 15% del costo total de las mercancías que circulan por nuestras carreteras y aduanas, que son víctimas de un robo.

#### FORTALEZAS ( INTERNO)

Es de suma importancia que las distintas empresas textiles identifiquen el lugar que ocupan dentro de la cadena fibra – textil – vestido, ya que esto facilitará el trabajo de elegir una buena estrategia para mantenerse en el mercado y lograr que la cadena vuelva a ser uno de los principales motores que mueva la economía mexicana.

“Los empresarios del ramo ya se preparan para trabajar bajo un nuevo esquema de comercialización, como los catálogos y las franquicias, y contemplan una mayor observancia de los beneficios de la logística para eficientar el envío de mercancías a su destino final”.<sup>45</sup>

La fuerza de trabajo técnicamente calificado, con el que la mayoría de las empresas de este ramo cuenta es una fortaleza, ya que sus recursos humanos en la mayoría de los casos es de excelente calidad, en la actualidad las empresas se preocupan por tener a los mejores talentos en los puestos clave de los negocios; además con las mejores habilidades que se han adquirido al pasar del tiempo en el negocio.

#### OPORTUNIDADES (EXTERNO)

De alguna forma, los últimos gobiernos han llevado a cabo acciones para elevar la competitividad de la industria exportadora, pero pocas veces se han tomado medidas para expandir la industria que se mueve en el mercado interno. La propuesta constituye un reto, pero va encaminada a no descuidar ningún frente. En el fondo, lo que se está alimentando es la idea de constituir una política competitiva que comience a reflejar resultados en los

---

<sup>45</sup> Opcit.

listados internacionales. Se caracterizaría por ser integral, pero al mismo tiempo respetuosa de las necesidades de cada sector.<sup>46</sup>

México puede aprovechar su situación geográfica, ya sea en el ahorro de costos de transportación, además de las ventajas naturales que brinda la cercanía, como son la similitud de las zonas horarias que facilita la coordinación de proyectos, conocimiento de lenguaje y cultura, lazos comerciales, económicos y de servicios.

La consolidación de una cadena de suministros de gran nivel en todo el país, que permita desarrollar la actividad empresarial y abarque todas las organizaciones mediante el trabajo en equipo, la coordinación y el control del flujo de productos industriales y de consumo, deberá ser el objetivo de un plan integral de transporte y logística.

La creación de Laboratorios Textiles Especializados surgió por la demanda del mercado y las pocas opciones que existen para realizar análisis de ese tipo, lo que permite a las empresas ser más competitivas y ofrecer mejor calidad de productos a los consumidores.

Un dato muy importante que representa una gran oportunidad para las PyMEs textiles es que el mercado dejará de estar dominado por los vendedores para convertirse en un mercado de compradores; bajarán los precios; los compradores reducirán el número de sus proveedores; estas empresas enfrentarán la competencia de las grandes empresas y todas operarán en un contexto de nuevas tendencias comerciales y exigencias del mercado lo que será más sencillo para las pequeñas por la flexibilidad que le brinda su tamaño, además de que se presenta el ecoetiquetado, una nueva forma de facilitar las decisiones de los consumidores en el momento de seleccionar productos y servicios, de tal manera que los productos cumplan con una serie de características que ayuden a reducir el deterioro ambiental.

A la fecha, en muchos países, los diferentes mecanismos de ecoetiquetado existentes son voluntarios. Una ecoetiqueta tiene la función de mostrar al consumidor que las características de un producto determinado coinciden con criterios de cuidado del ambiente;

---

<sup>46</sup> Naum Uriel, COMPETITIVIDAD, tan fácil como reinventarse, Manufactura, 1 de Septiembre del 2005.

y se convierte de inmediato en una oportunidad para las PyMEs ya que la mayoría de estas son muy cuidadosas en sus procesos para evitar desperdicios y cuidar el ambiente.

Por otro lado los distintos tratados de Libre comercio firmados por el gobierno Mexicano da la pauta para expandir mercados, no sólo en EU., Canadá y la Unión Europea, que representan atractivos mercados de desarrollo para México, ahora también lo representan países del sur del continente, tales como Chile, Costa Rica, Colombia, Venezuela, Bolivia, Nicaragua, Salvador, Honduras y Guatemala donde la participación Mexicana esta cada vez más latente; en estos países existe una urgente demanda de proveedores textiles, situación que México debe aprovechar, ya que algunos de estos países son miembros de comunidades importantes como lo son el Mercosur, o el Pacto Andino, que pueden representar en su conjunto un interesante negocio para México. Pero todo dependerá de la visión y las estrategias que individualmente apliquen las empresas, pues hasta ahora se siguen concentrando en el mercado estadounidense.

“La presencia mexicana en Centroamérica y la integración con empresarios de esa región será fundamental para ampliar los negocios, lo que requerirá mejorar la productividad y la eficiencia, pues la cercanía geográfica y el menor tiempo de reacción, los conocimientos culturales y las experiencias históricas son ventajas importantes, aunque no absolutas...”<sup>47</sup>

### 3.4 Instituciones que apoyan a la Industria Textil Mexicana en los distintos Mercados Nacionales e Internacionales.

Por lo que respecta a las instituciones que apoyan a la Industria Textil Mexicana podemos decir que entre las más importantes se encuentra :

Nombre	Dirección y teléfono
Cámara Textil de Occidente	Mexicalzingo 2208 Esq. Simón Bolívar Col. Moderna Sector Juárez Guadalajara, Jal. Tel. 01-36-15-66-46
Centro de capacitación Textil (CATEX)	Pilinio 220 Col. Polanco México, D.F.

<sup>47</sup> [www.jornada.unam.mx/2005/jun05/050613/006n1sec.html](http://www.jornada.unam.mx/2005/jun05/050613/006n1sec.html), Con la mira en el sur, Esquivel López Rocío

	Tel. 52-80-86-37
Instituto Textil (INTEX)	Plinio 220 Col. Polanco México, D.F. Tel. 52-80-86-37
Cámara Nacional de la Industria del Vestido (CNIV)	
Cámara Nacional de la Industria Textil de Puebla y Tlaxcala	11 Sur 2104, piso 1, Centro, Puebla,Pue. C.P. 72000 Tel: 91(22)43-42-94 y 95, 43-42-00, Fax: 37-38-76
Cámara Nacional de la industria Textil (CANAINTEX)	Plinio 220 esq. Horacio, Col. Los Morales, México,D.F. C.P. 11510, Tel. 5280-8637, 5280-8411 y 5280-3973

### 3.5 Como mantenerse y desarrollarse en el Mercado Extranjero

Uno de los puntos más importantes de mantenerse y desarrollarse en mercados extranjeros en la actualidad es competir con China; sabemos de ante mano que se requieren muchas cosas para hacerlo y que es muy difícil lograrlo por el volumen de producción que manejan, sus costos y en general su política proteccionista, pero sí se puede hacer en diseño, calidad e innovación, y para eso se requiere de investigación y desarrollo, y estar al día en los procesos de manufactura de clase mundial; esto es un reto muy fuerte para nuestras compañías pero es la mejor forma de asegurar la estancia dentro del mercado.

De igual forma “Para crecer las PyMEs necesitan mayor control de sus negocios y satisfacer la necesidades internas de su empresa, incluidas una mayor capacitación y profesionalización del personal, la adopción de tecnología actualizada o de punta, la introducción de mejoras en la producción y una atención dirigida a las exportaciones.

Además, el sector textil considera la integración de la cadena de producción como uno de

sus principales desafíos para lograr niveles de competitividad más elevados”.<sup>48</sup>

Pero no basta con las acciones que se toman en el país, hay que conocer qué es lo que otros fabricantes en el mundo están haciendo para dar la batalla a los productos de origen chino, además necesitamos tener universidades de diseño de clase mundial, y tenemos que posicionar en el mundo la marca Hecho en México.

Una opción buena para competir en el mercado internacional es reconvertir la industria, logrando la eficiencia en la integración de cadenas de paquete completo; ofreciendo al mercado productos diferenciados, únicos, de moda y alta calidad. Para lograr esta conversión a paquete completo, que incluye desde la fabricación de la fibra hasta el terminado de prendas, la industria requiere de tecnología con el fin de reducir sus tiempos de entrega, flexibilizar su producción y responder a los cambios de la demanda.

Por lo que es de suma importancia que se coloque especial atención a capacitar este tipo de empresas para lograr que repunten y se mantengan en el mercado internacional que cambia constantemente y a un ritmo acelerado; y por su puesto, se debe sentir parte de la cadena productiva, sentar las bases para la expansión y comenzar a tener una visión global de los negocios.

Entre los puntos más importantes que debemos de considerar para mantenernos son:

- Actualizarse sobre productos de reciente lanzamiento al mercado.
- Obtener precios directos de fabricas, sin intermediarios.
- Tratar directamente con productores.
- Realizar una preselección de proveedores.
- Comparar precios y condiciones de venta.
- Actualizarse en tendencias (color, diseño, fibras, texturas, etc.)
- Buscar a nuevos proveedores potenciales.
- Proyectar una determinada imagen de poder de compra.

---

<sup>48</sup> Haar Jerry, Beltrán Oscar Efectos del TLCAN en la competitividad de la pequeña empresa en México, Comercio Exterior Junio de 2004 Vol. 54 núm. 6

- Intercambiar información con otros compradores.
- Recabar cualquier tipo de información sobre la industria.
- Conocer a los proveedores de la competencia.
- Investigar sobre la política de precios de la competencia.

Entre algunas muchas cosas, para mantenerse en el mercado, necesitamos información y es preciso que las PyMEs tengan acceso directo a toda esta información, por lo que tener una persona a cargo de verificar el movimiento del mercado nunca esta de más.

### 3.5.1 Acuerdo Multifibras

Desde 1974 hasta el final de la Ronda Uruguay el comercio de textiles se rigió por el Acuerdo Multifibras (AMF), que sirvió de marco a acuerdos bilaterales o medidas unilaterales de establecimiento de contingentes por los que se limitaban las importaciones de países en los que el rápido aumento de esas importaciones representaba un grave perjuicio para las ramas de producción nacionales.

La característica más destacada eran los contingentes, que estaban en conflicto con la preferencia general del GATT por los aranceles aduaneros en vez de las restricciones cuantitativas. Había también excepciones del principio del GATT de igualdad de trato para todos los interlocutores comerciales, ya que se especificaban las cantidades que el país importador aceptaría de los distintos países exportadores.

A partir de 1995, el Acuerdo Multifibras quedó sustituido por el Acuerdo sobre los Textiles y el Vestido (ATV), de la OMC. Para el 1º de enero de 2005, se puso término a los contingentes y los países importadores ya no podían ya discriminar entre los exportadores. El propio Acuerdo sobre los Textiles y el Vestido ha dejado de existir: es el único Acuerdo de la OMC en el que se preveía su propia destrucción.

El Acuerdo sobre los Textiles y el Vestido era un instrumento transitorio, que se baso básicamente en las siguientes etapas:

Etapa	Porcentaje de liberalización productos que han de integrarse en el OMC (con inclusión, en su caso, de la eliminación	Ritmo de los contingentes subsistentes si el coeficiente de 1994 fuera del
-------	--	--

	<b>de contingentes)</b>	<b>6%</b>
<b>Etapa 1:</b> 1° de enero de 1995 (hasta el 31 de diciembre de 1997)	<b>16%</b> mínimo, tomando como base las importaciones de 1990)	<b>6,96%</b> anual
<b>Etapa 2:</b> 1° de enero de 1998 (hasta el 31 de diciembre de 2001)	<b>17%</b>	<b>8,7%</b> anual
<b>Etapa 3:</b> 1° de enero de 2002 (hasta el 31 de diciembre de 2004)	<b>18%</b>	<b>11,05%</b> anual
<b>Etapa 4:</b> 1° de enero de 2005 Plena integración en la OMC (y eliminación definitiva de los contingentes). Queda sin efecto el Acuerdo sobre los Textiles y el Vestido	<b>49%</b> (máximo)	<b>No quedan contingentes</b>
<p>La fórmula real de incremento de las importaciones sujetas a contingentes es la siguiente: en la primera etapa, 0,16 por coeficiente de crecimiento anterior a 1995; en la segunda etapa, 0,25 por coeficiente de crecimiento en la primera etapa; y en la tercera etapa, 0,27 por coeficiente de crecimiento en la segunda etapa.</p> <p>Fuente: <a href="http://www.wto.org/spanish/thewto_s/whatis_s/tif_s/agrm5_s.htm">http://www.wto.org/spanish/thewto_s/whatis_s/tif_s/agrm5_s.htm</a></p>		

El Acuerdo sobre los Textiles y el Vestido (ATV) y todas las restricciones aplicadas al amparo de dicho Acuerdo expiraron el 1° de enero de 2005. La terminación del período de transición de 10 años para la aplicación del ATV significa que el comercio de productos textiles y de vestido ya no está supeditado a la aplicación de contingentes en un régimen especial.

En el Acuerdo se establecía el porcentaje de productos que habían de quedar sujetos a las normas del GATT en cada etapa. Si alguno de ellos estaba sujeto a contingentes, debían suprimirse al mismo tiempo. Los porcentajes se aplicaban con respecto a los niveles de comercio de textiles y vestido del país importador en 1990. En el Acuerdo se disponía también que las cantidades cuya importación se permitía en el marco de contingentes deben crecer anualmente y que el coeficiente de crecimiento debe aumentar en cada etapa. El

ritmo de expansión se establece con arreglo a una fórmula basada en el coeficiente de crecimiento que existía en el marco del antiguo Acuerdo Multifibras.

Las disposiciones relativas a los compromisos contraídos en todas las esferas de la Ronda Uruguay en relación con los textiles y el vestido estipulan que todos los Miembros “tomarán las medidas que sean necesarias” para respetar las normas y disciplinas con objeto de lograr un mejor acceso a los mercados, garantizar la aplicación de condiciones de comercio leal y equitativo y evitar la discriminación en contra de las importaciones en el sector de los textiles y el vestido. Si se determina que un Miembro exportador no cumple las obligaciones que le corresponden, el Órgano de Solución de Diferencias o el Consejo del Comercio de Mercancías puede autorizar un ajuste del coeficiente de crecimiento del contingente para ese país, que de lo contrario estaría sujeto a incrementos automáticos.

Uno de los elementos fundamentales del ATV es la disposición relativa a un mecanismo de salvaguardia específico de transición cuyo objeto es proteger a los Miembros, durante el período de transición, de los aumentos perjudiciales de las importaciones de productos que aún no han sido integrados a la OMC y que todavía no están sujetos a contingentes.

En la práctica, se ha recurrido a las disposiciones de salvaguardia especial 24 veces en 1995 (Estados Unidos), 8 veces en 1996 (Brasil 7, Estados Unidos 1), 2 veces en 1997 (Estados Unidos) y 10 veces en 1998 (Colombia 9, Estados Unidos 1).

En el ATV se observan normas y procedimientos relativos a la elusión de los contingentes mediante reexpedición, desviación, declaración falsa sobre el país o lugar de origen o falsificación de documentos oficiales. Se estipula, entre otras cosas, la necesidad de que los Miembros afectados entablen consultas y colaboren plenamente en la investigación de estas prácticas. Cuando haya pruebas suficientes, podrán adoptarse disposiciones como la denegación de entrada a mercancías. Se estipula también que, de conformidad con sus leyes y procedimientos internos, los Miembros deberán establecer las disposiciones legales y/o procedimientos administrativos necesarios para tratar dicha elusión y adoptar medidas para combatirla.



Durante el período de transición, la administración de las restricciones permanecerá a cargo de los Miembros exportadores, y las modificaciones de las prácticas, normas o procedimientos serán objeto de consultas con objeto de llegar a una solución mutuamente aceptable.

De esta manera el AMF/ATV llegó a su fin el 1° de Enero del 2005 con lo cual los Textiles Mexicanos se enfrentan a un gran reto para incursionar en mercados tan importantes como los de Estados Unidos de América, o inclusive con la Unión Europea esto debido a que con la liberación de esta importante restricción al comercio, muchos países miembros de la OMC buscarán entrar a estos mercados; donde las PyMEs tienen que seguir progresando por el arduo camino del aprendizaje, a fin de asegurar un óptimo aprovechamiento de su entrada en nuevos mercados.

Lo anterior a pesar de que los precios están bajando, mientras que los principales compradores occidentales concentran sus fuentes de aprovisionamiento. Los grandes países de Asia con industrias de integración vertical se están convirtiendo en los primeros proveedores. China, por ejemplo, puede producir prácticamente cualquier tipo de textil o prenda de vestir, en todos los niveles de costo y calidad lo que nos dice que la competencia estará muy cerrada en este sector.

### 3.5.2 Factores de éxito y Perspectivas

Para evolucionar ante los constantes cambios que enfrentan las empresas de la cadena Fibra-Textil-Vestido es necesario que los fabricantes de ropa se adapten a los requisitos de los compradores: creación de capacidades verticales; gestión de la cadena de abastecimiento; servicios completos, desde el diseño a la logística, y bajos costos finales.

Es necesario vincular a la academia con la empresa ya que las firmas de renombre cuentan con su propia área de investigación y desarrollo, las PyMEs pueden encontrar algo similar en las aulas de laboratorio. Una vez más, la necesidad de que gobierno y PyMEs caminen de la mano.

“...México debe poner énfasis en impulsar y desarrollar una estrategia que le permita explotar su condición regional y a la postre, convertirse en el eje de tránsito comercial más importante para llegar a EU. De manera particular, deberá impulsar una red de infraestructura de transporte de carga, mediante la aplicación de procesos eficientes en las operaciones de los negocios.”<sup>49</sup>

Si México logra combatir el mercado ilegal, impulsando las prendas Hecho en México, promoviendo las firmas nacionales en el exterior, elaborando prendas de moda rápida, reduciendo los costos de producción, ampliando el financiamiento, desarrollando centros de diseño, otorgando incentivos fiscales para la inversión y simplificando la reglamentación con apoyo legislativo podremos decir que, México comienza la recuperación de la cadena fibra- textil – vestido, pero en este año de elecciones los políticos prefieren centrar su atención en estas, por lo que las PyMEs relacionadas directamente a estos problemas, tendrán que seguir esperando para que se concluyan las acciones para lograr el fortalecimiento de dicha cadena. En la medida en que la cadena se vuelva más eficiente, las compañías tendrán la oportunidad de sobrevivir. La consolidación en un menor número de compañías, mediante un proceso de integración, es inevitable y quienes no sigan a esa tendencia se enfrentarán, sin remedio, al cierre de sus negocios.

Por lo que el nuevo esquema debe atender y ajustarse a una economía dirigida por el mercado, donde lo que se fabrica es lo que se vende. La producción de la economía debe ser flexible y personalizada; no busca atender un mercado local ni físico, sino uno global y en red. Las nuevas fuentes de ventajas competitivas son la innovación, el aprendizaje y la capacidad de respuesta. El tipo de organización en el proceso de manufactura actual es llamado administración del desarrollo del conocimiento.

Es necesario que las diferentes dependencias de gobierno revisen la actual política de empleo, atacar de forma frontal los puntos de venta y distribución de productos pirata o artículos introducidos al país de manera ilegal, elevar los costos de la economía informal, trasladar el mercado ilegal a nuevos esquemas legales y actuar eficazmente contra la

---

<sup>49</sup> Jiménez Ismael, Distribución y Logística, México: ¿Obligación Comercial de América?, Manufactura Julio 2005

corrupción. Además de que se demuestre el trabajo de las diferentes dependencias de gobierno para crear la infraestructura que facilite el desarrollo industrial también será factor clave para obtener resultados positivos y palpables en el futuro.

## IV PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPORTACIÓN DE LENCERÍA DE ALGODÓN A ESTADOS UNIDOS

El plan de negocios es un documento donde se plasman las características, metas, proyecciones, y pasos a seguir para crear un proyecto o negocio. El plan es importante ya que este nos garantiza que tenga probables inversionistas y para el propio emprendedor le garantiza el mejor funcionamiento del negocio y más para proyectos de exportación ya que ayuda a entender y estructurar mejor el negocio con la finalidad de establecer posteriormente una sólida relación mercantil en el extranjero.

Algunas PyMEs mexicanas han incursionado en actividades exportadoras como respuesta a una oportunidad que se genera con el paso del tiempo; por lo que muchas de ellas no se encuentran preparadas debidamente y no aseguran un espacio duradero en mercados tan movibles como son los extranjeros; es por ello que se ha decidido primero se realice un plan de negocios con miras a exportar a largo plazo, ya que en la actualidad nos encontramos ante la oportunidad de exportar nuestros productos a Estados Unidos con una empresa que se interesa por nuestros productos; ahora debemos saber que tan capaces somos de surtir los posibles pedidos que tendremos con ellos que en un principio serían de 50,000 piezas por mes, y el realizar un estudio de este tipo nos puede ayudar a visualizar los requerimientos de materiales que necesitaremos para cubrir las posibles demandas a las que estaremos sujetos. Además de conocer con exactitud cual va a ser el requerimiento de materiales en caso de que se decida exportar, y cuales son los pasos que se deben seguir para concretar una exportación adecuadamente, para lo que se requiere un estudio minucioso de lo que somos, lo que tenemos como empresa, y a dónde queremos llegar.

### 4.1 Estructura Organizacional

En la actualidad las organizaciones que quieren permanecer en mercados extranjeros deben saber con exactitud cual es su sitio dentro del mercado, tanto nacional como internacional, es por ello que debemos ubicarnos en espacio y tiempo. De esta manera para fijar nuestros objetivos, debemos saber con qué contamos para lograrlo; qué es lo que nos hace falta y qué debemos hacer para lograrlo, y es por esto que debemos definir el tamaño de la empresa que según el número de empleados con el que se cuenta, se clasifica en Micro (0-

10 empleados), Pequeñas (11-50 empleados), Medianas (51-250 empleados) y Grande (250 o más empleados). Nosotros sólo contamos con 90 personas, lo que ubica a esta organización dentro de las Medianas; y por su nivel de producción igualmente es mediana debido al tipo de trabajo que se realiza donde el hombre es decisivo para la producción; en cuanto a sus ventas, estas son locales, pero la oportunidad que nos brinda la apertura comercial es lo que mueve a la empresa a querer exportar sus productos, que además de buena calidad, siempre se intenta estar a la vanguardia en diseño por lo que se considera altamente innovadora.

La misión de la empresa es desarrollar bienes de consumo con alta calidad y con pensamiento ético, que desarrolle una economía sana para que nuestra empresa obtenga buenos resultados y promueva una función social como generadora de empleos permanentes que permitan al trabajador llevar una vida digna, y al consumidor obtener un producto excelente.

El objetivo es la fabricación, confección y maquila de toda clase de prendas y artículos de vestir, así como accesorios de los mismos, y la compra – venta, comisión, consignación, importación, exportación, distribución y en general el ejercicio del comercio en todas sus formas, con las prendas y artículos mencionados y todo cuanto sea nexa y conexo con dichos ramos.

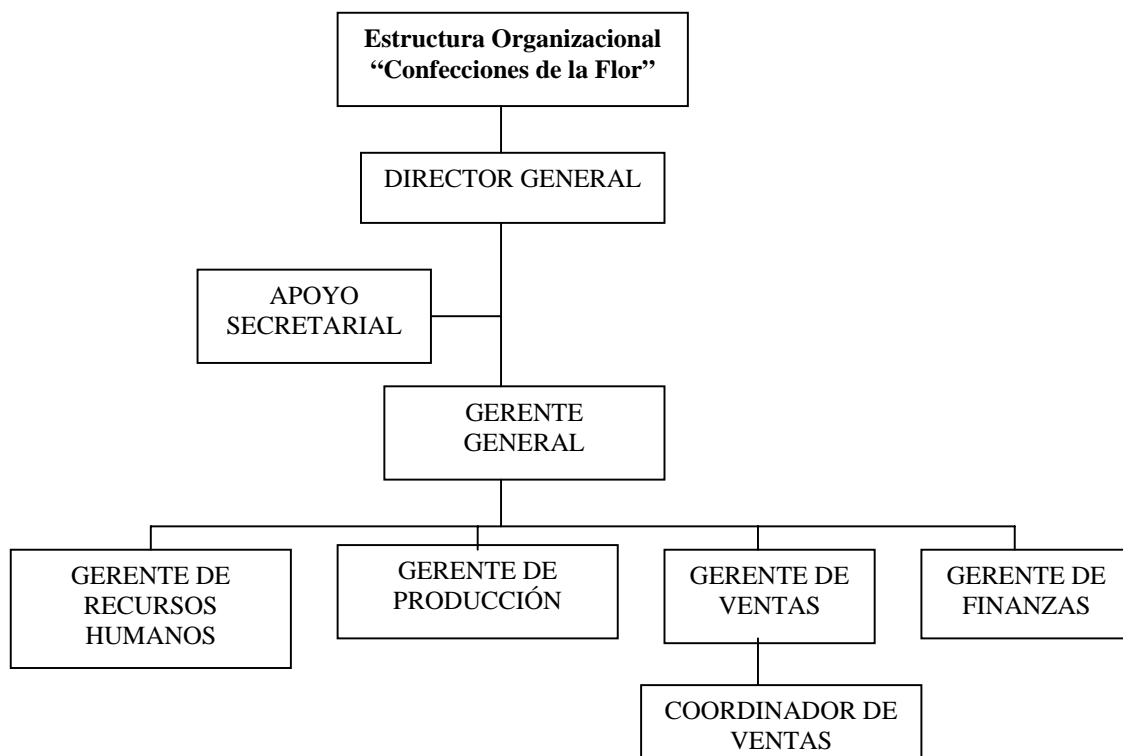
Por lo que la empresa que analizaremos es una empresa mediana por el número de trabajadores que tiene que son 90, que se distribuyen 20 en la administración y 70 en la parte operativa.

Los niveles de producción que se manejan son de 13,000 a 128,000 piezas/mes distribuidas en la empresa y en diferentes maquiladores a los que se les distribuye la tela, la cual se encuentra cortada y con patrones definidos sólo para su costura; la cual se realiza en máquinas de coser eléctricas de levantar pié automático además de la adquisición reciente de maquinas resorteras, reforzadoras y presilladoras; por lo que el proceso se ha modernizado al utilizar en su mayoría máquinas eléctricas compactas que proporcionan

más elementos y funciones para las diferentes etapas de la producción. Lo que vuelve a esta empresa más capaz de fabricar productos de excelente calidad.

La constitución de esta empresa se dio el 15 de Octubre de 1979, en la ciudad de México ante el notario No. 32 y fue fundada como sociedad anónima bajo el nombre “CONFECCIONES DE LA FLOR”, por lo que se emitieron doscientas acciones al portador cada una con un valor nominal de diez mil pesos por lo que quedó constituida con un valor total de dos millones de pesos.

El organigrama esta constituido de la siguiente manera:



#### DIRECCIÓN GENERAL

- Ser el área más capacitada, con actitud de servicio con calidad.
- Colaborar a promover la productividad que determinen los objetivos de la empresa.
- Coordinar las actividades de las gerencias.

- Supervisar constantemente la calidad de los productos.
- Realizar alianzas estratégicas.
- Negociar con los clientes más importantes.
- Proporcionar información al consejo, sobre el cumplimiento de los objetivos anuales.
- Hacer seguimiento en forma periódica de las actividades más relevantes de la empresa.
- Manejar las Relaciones Públicas a nivel de Alta Dirección.

#### GERENTE GENERAL

- En ausencia del director general, y en base a las instrucciones dictadas por el mismo, el Gerente General quedará a cargo con las mismas funciones.
- Apoyar al director general en las instrucciones dadas a las cuatro gerencias, así como hacer el seguimiento de las mismas.
- Ser el canal entre la Dirección General y las demás áreas.
- Apoyar a la definición de Políticas y objetivos de la empresa
- Apoyar al director general en la toma de decisiones.
- Preparar informes y juntas periódicas con los distintos gerentes para observar el avance de los planes en el año, así como revisar y dar solución a problemáticas.

#### GERENCIA DE RECURSOS HUMANOS

- Colaborar al buen funcionamiento de la empresa mediante la elaboración de manuales de cada área.
- Determinar políticas generales y ayudar al cumplimiento de estas.
- Supervisar en forma permanente el cumplimiento de actividades y estrategias anuales para la empresa.
- Tener presente la Misión y la Visión de la empresa para colaborar a el buen funcionamiento de esta.
- Coordinar Recursos Humanos, con la finalidad de mantener una buena relación con los empleados .
- Elaborar la nómina, y hacer pago de esta.

- Elaborar programas de capacitación continua así como reclutamiento y selección de personal.
- Mantener con toda disciplina una observancia integral en la seguridad de la empresa.
- Dar iniciativa y apoyar los procesos de Planeación, Organización, Dirección y Control.
- El área de Sistemas que es el encargado de revisar las computadoras, sumadoras y todo lo concerniente a las oficinas administrativas de la empresa, revisará y reportará todo movimiento a esta gerencia.

#### GERENCIA DE PRODUCCIÓN

- Elaboración de Planeación, para las áreas de Compras de Materia prima, corte, diseño, y confección de la ropa que se va a trabajar.
- Supervisar la creación de nuevos diseños, así como implementar los nuevos estándares para estos.
- Realizar informes de los avances de los nuevos diseños.
- Estar en continua capacitación en cuanto a avances tecnológicos en la Industria de la confección se refiere.
- Mantener una estrecha coordinación y comunicación con la gerencia de ventas para que presente las distintas tendencias que a lo largo del tiempo se presentan en cuanto a prendas de algodón se refiere.
- Coordinarse en cuanto a pedidos para cumplir con tiempos de entrega adecuados para los clientes.
- Elaborar políticas de producción para que los empleados se encuentren coordinados y todos hagan su parte de trabajo para cumplir con los objetivos de la empresa.
- Supervisar continuamente la calidad de los productos.
- Verificar que las materias primas y los artículos terminados cumplan con los estándares de calidad.
- Conocer con exactitud el movimiento de materiales que se utilizan en la elaboración de los productos para solicitar el surtimiento de materiales agotados con el fin de no tener faltantes de materia prima y parar la producción.
- Supervisar que el empacado de las prendas sea el correcto para cada operación que se realiza ya sea nacional o internacional



## GERENCIA DE VENTAS

- Analizar y conocer los mercados existentes en el medio nacional e internacional donde se desarrollan las operaciones de la empresa.
- Elaborar un programa de ventas mensuales y anuales.
- Promover y proponer distintos tipos de mercados, para incrementar la competitividad, diversificando productos.
- Realizar la promoción directa de los productos.
- Mantener relaciones estrechas con almacén de producto terminado y producción, para conocer el movimiento de los artículos y poder fomentar las ventas.
- Establecer, presupuestos, objetivos y políticas de ventas.
- Mantener comunicación con el área de crédito y cobranza para conocer el movimiento tanto financiero como de materiales.
- Elaborar y supervisar las rutas de los vendedores.
- Para ventas nacionales, dar a conocer las nuevas colecciones según temporada.
- Supervisar la búsqueda de nuevos clientes, así como verificar que los surtidos de las prendas sean los adecuados.
- Realizar los distintos trámites administrativos para enviar la mercancía a su destino final.

## GERENCIA DE FINANZAS

- Supervisar la elaboración de Presupuestos para todas las áreas de la empresa.
- Coordinar los departamentos de Contabilidad, presupuestos y crédito y cobranzas.
- Autorizar las solicitudes de expedición de cheques para el pago de adquisiciones y/o servicios, dentro de los límites establecidos previamente por la dirección.
- Establecer políticas de cobro y crédito .
- Mantener una Coordinación directa con la Gerencia de Ventas, para ver el avance de las ventas en el año, y establecer estrategias.
- Elaboración y análisis de Estados Financieros.
- Supervisar la preparación y elaboración de inventarios.

- Realizar el análisis de conciliaciones bancarias, de proveedores, de movimiento de cuentas en el balance, así como programación y supervisión de cierres contables mensuales.
- Determinar los impuestos a cargo de la empresa.
- Tramitación y gestión de asuntos externos fiscales.
- Revisar la facturación.
- Estar en constante comunicación con los clientes de crédito, para verificar y dinamizar la cobranza.

#### 4.2 Diagnostico F.O.D.A.

Con la finalidad de que la empresa se encuentre en optimas condiciones para exportar ropa, se realiza un análisis FODA, que nos ayudará a identificar los posibles errores que se cometen tanto en la fabricación como en el manejo de cada área, en el siguiente cuadro podremos identificar con exactitud, cuales son las posibilidades de mantenernos en este mercado.

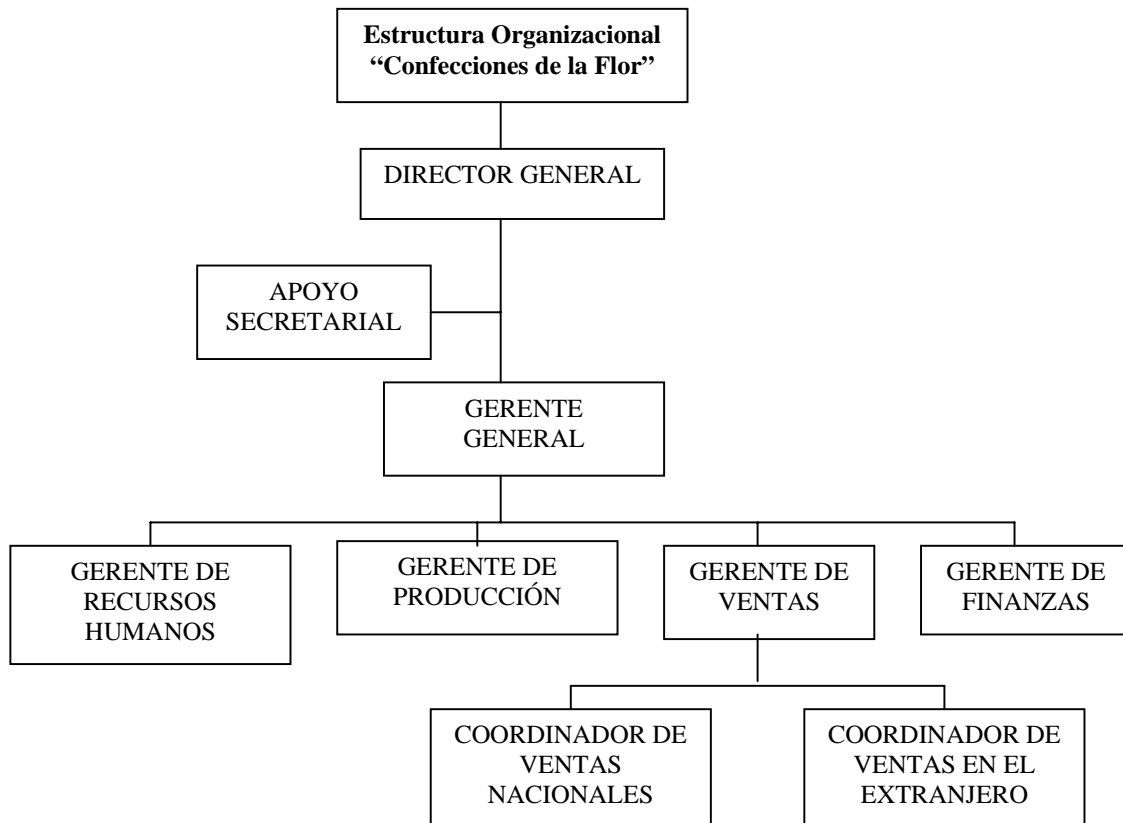
	FUERZAS INTERNO	OPORTUNIDADES EXTERNO	DEBILIDADES INTERNO	AMENAZAS EXTERNO
Gerencia General	*La estructura Organizacional es adecuada para las actividades que realiza la PyME. *Buena comunicación con la diferentes gerencias.	*En México existe una red amplia de Tratados de Libre Comercio, además de Acuerdos de Complementación Económica que sientan las bases para hacer negocios exitosos.	*La estructura Organizacional no es la adecuada para realizar actividades de exportación que en un futuro realizará la PyME.	*La competencia en el extranjero no es muy fácil de equiparar, y menos en EE.UU. ya que la mayoría de ropa proviene de China y Hong Kong., donde los costos son muy bajos.
Recursos Humanos	*El personal se encuentra capacitado, y estas capacitaciones se tratan de hacer cada año, y cada que se contratan nuevos empleados se capacitan de inmediato para evitar errores en el trabajo.	*La presencia mexicana en Centroamérica y la integración con empresarios de esa región será fundamental para ampliar los negocios y tener nuevas áreas de exportación.	*Costos de mano de obra y operación más altos que el de los países asiáticos. *No existe en la empresa una persona con conocimientos de comercio exterior.	*El contrabando y la Inseguridad tanto en México como en EE.UU.
Producción	*Los procedimientos de Producción se encuentran bien establecidos, para evitar errores, u confusiones	*Nuestra planta cumple con todas las normas ambientales y de uso de suelo, para asegurar que nuestros productos y nuestros	*Un alto porcentaje de las exportaciones involucra operaciones de ensamble (maquila) en lugar de “paquete completo “ como en	*Existen muchas maquiladoras clandestinas instaladas en México, y que igualmente compiten a precios

	<p>omisiones. *Los productos que se ofrecen son de excelente calidad. *Debido a que la empresa es pequeña, la flexibilidad para fabricar productos diferentes y de moda rápida. *Se cuenta con una planta amplia con capacidad de producción de prendas.</p>	<p>empleados se mantengan dentro de los parámetros oficiales establecidos. * En el extranjero se aprecia mucho la etiqueta HECHO EN MÉXICO</p>	Asia.	bajos.
Ventas	<p>*Se busca que los productos sean innovadores, y atractivos a través de estudios de mercado rápidos. *La marca es una distinción, en durabilidad y confort.</p>	<p>*La Identificación de Nichos de Mercado, en diferentes países. *Volear la mirada en países Centroamericanos para intentar introducir nuestros productos.</p>	<p>*La imagen de la empresa no se ha difundido lo suficiente y tenemos un % de mercado muy bajo.</p>	<p>*Desarrollo logístico deficiente en comparación con el extranjero, para cumplir con tiempos de entrega.  *Hasta 58% del mercado nacional de prendas de vestir abastecido por canales ilegales, y no permite a nuestros productos repuntar adecuadamente en el mercado nacional.</p>
Finanzas	<p>*Tratar de conseguir mediante un financiamiento para pagar los costos y gastos para exportar.</p>	<p>*En México se puede aprovechar su situación geográfica, para reducir costos de transportación</p>	<p>*No hay capacidad de autofinanciarse, en el debido caso de que se requiera exportar, ya que no se tendría liquidez para solventar este gasto, desde un inicio.</p>	<p>*La mayoría de los bancos se niegan a dar crédito a PyMEs con intenciones de exportar.</p>

### Soluciones al Diagnostico F.O.D.A.

A lo largo del trabajo se explicarán las distintas variables que se presentaron en el cuadro, tratando siempre de corregir los errores o enmendar o fortalecer los aciertos debido a lo anterior nos podemos ubicar un poco en cuales son los puntos más críticos para la organización, lo que podemos modificar siempre será lo interno, ya que los problemas externos son ajenos a las manos de la organización, es por ello que lo único que podemos hacer en ese aspecto es intentar que las amenazas nos detengan en menor proporción.

Lo que nos dice este organigrama es que requeriremos de un nuevo departamento para coordinar las operaciones que se realizarán en el extranjero, por lo que esta nueva coordinación deberá ser ubicada en la Gerencia de Ventas y nuestro organigrama y las funciones que se realizarán se muestran a continuación:



Como se observa en el nuevo organigrama sólo se agregó la coordinación de Ventas en el extranjero, lo cual incluye las promociones necesarias para que nuestros productos se conozcan más en el mercado, no sólo con el consumidor final sino también con empresas de la nueva coordinación de ventas en el extranjero son las siguientes:

- Mantener una relación estrecha con clientes, agentes comerciales, distribuidores, cámaras de comercio nacionales e internacionales relacionadas con el ramo, transportistas, entidades bancarias entre otras.
- Para ventas en el extranjero, verificar que los clientes extranjeros conozcan las distintas colecciones que se manejan en la empresa.

- Elegir medios de transporte para hacer llegar la mercancía a su destino final, en tiempos establecidos y con los trámites y documentos preparados como lo son la factura, listas de embalaje, certificados de origen, documentos de transporten y seguros.
- Realizar estudios de mercado, con la finalidad de conocer la competencia e investigar y seleccionar mercados extranjeros; conocer las normas internacionales aplicables, etc.
- Básicamente se requiere que la persona que se contrate para la coordinación de ventas al extranjero tenga conocimientos de Comercio Exterior, como lo es el proceso de exportación y el control de este tipo de operaciones.

A pesar de considerar a la empresa capaz de exportar prendas de vestir; “Confecciones de la Flor” no cuenta con suficiente capital para afrontar riesgos en el extranjero; se considera necesario encontrar un canal eficiente para distribuir por lo menos las 50,000 prendas que nuestro cliente potencial nos pide mensualmente en el exterior; esto con la finalidad de iniciar operaciones externas para conocer el o los mercados e ir aumentando nuestras exportaciones paulatinamente, además de posicionarnos en el mercado de Estados Unidos que es un mercado atractivo para los fabricantes de ropa, tal es el caso de China que en el 2005 se consolidó como uno de los principales proveedores de prendas, que si bien son muy económicas, no cuentan con la calidad y el diseño que podemos ofrecer y que en un mercado como el de EE.UU. puede marcar la diferencia por la diversidad de culturas que existe en este vecino país.

Por otro lado el contrabando, la piratería y los altos costos de energéticos y mano de obra nos pone en una encrucijada y representan una gran amenaza a nuestra posibilidad de exportar; pero siempre conscientes de que con esfuerzo se podrá salir adelante, ya que las oportunidades que brinda el segundo mercado más grande del mundo en cuanto a textiles se refiere son más, es por ello que es necesario arriesgarse a incursionar en este mercado que representa un gran reto. De esta forma se intenta colocar mercancía mexicana en el extranjero, y el proceso de producción es decisivo para lograr nuestro objetivo y a continuación se detallará como se fabrican y la distribución de nuestra planta para que los productos que se ofrecen sean de los mejores.

### Análisis de la Planta y Proceso de Producción

Cuando una empresa inicia operaciones o desea reubicarse, uno de los elementos más difíciles de medir con precisión, y de los más importantes, es determinar el tamaño de la planta. La necesidad de espacio requiere, entre otros factores, considerar las posibilidades de crecimiento de la empresa en cuanto a maquinaria, equipo, mobiliario y procesos asociados a diferentes volúmenes de producción.

El tamaño de la planta deberá facilitar el futuro crecimiento de la producción y posibilitar una adecuada ubicación de la maquinaria, de modo que permita el flujo eficiente de la materia prima desde su depósito hasta la línea de producción, y el traslado de los productos terminados al área de almacén y a los medios de transporte para su distribución.

El primer paso en el diseño de una distribución de planta es el conocimiento de su giro y monto de productividad. Una distribución de planta no es efímera y alterarla o ampliarla resulta costoso, en especial si la modificación no ha sido prevista en el diseño inicial.

El volumen de producción es sumamente importante, al igual que la técnica seleccionada. De acuerdo con el volumen de producción, se debe seleccionar el tipo de maquinaria, el tamaño del almacén de materias primas, el área de producción y de producto terminado y el área administrativa, entre otras.

Además de la localización, diseño y construcción de la planta es importante estudiar con detenimiento el problema de la distribución interna de la misma, para lograr una disposición ordenada y bien planeada de la maquinaria y del equipo, acorde con los desplazamientos lógicos de las materias primas y de los productos acabados, de modo que se aprovechen eficazmente el equipo, el tiempo y las aptitudes de los trabajadores.

Se debe buscar la forma más económica de operar, así como la seguridad y la satisfacción de los trabajadores, mediante las siguientes acciones:

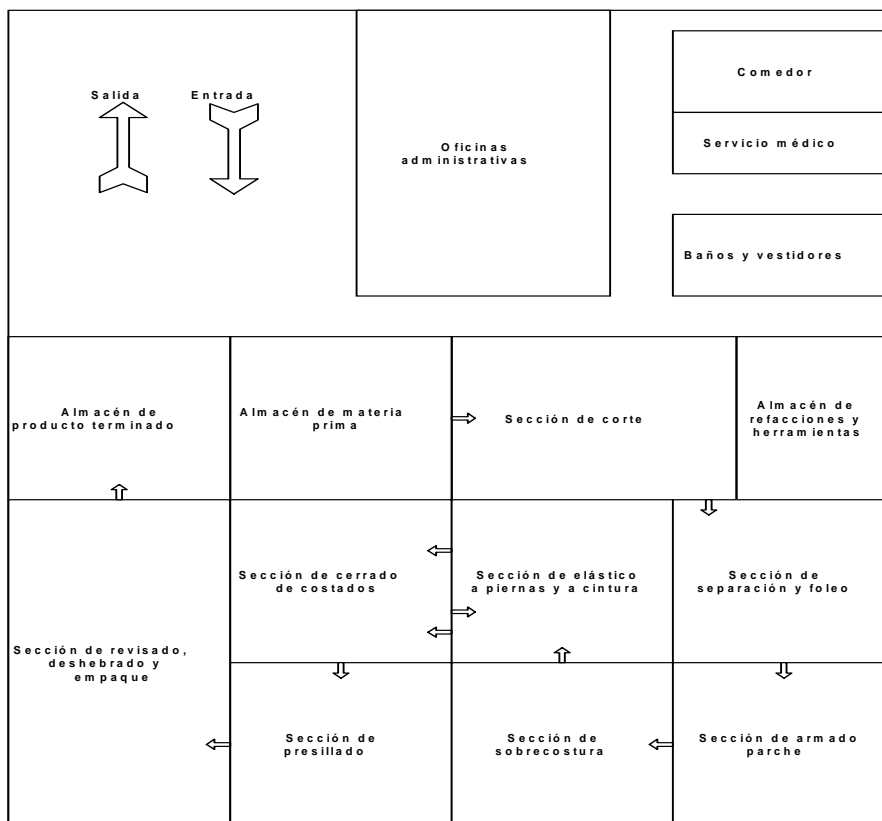
- Completa integración de todos los factores que intervienen en la producción.

- El movimiento de materiales debe cubrir la mínima distancia posible.
- El trabajo ha de realizarse mediante pasos y procesos, por secuencia lógica, en toda la planta.
- Todo el espacio disponible debe aprovecharse al máximo.
- Lograr la satisfacción y mayor seguridad para todos los trabajadores.
- Contar con flexibilidad en la distribución, de manera que permita introducir mejoras.

Una acertada distribución de la planta se traduce en costos más reducidos; caso contrario, resulta imposible obtener un rendimiento razonable sobre la inversión, a causa de los desperdicios generados.

Es por esto que la distribución de la planta de esta empresa se encuentra de la siguiente manera:

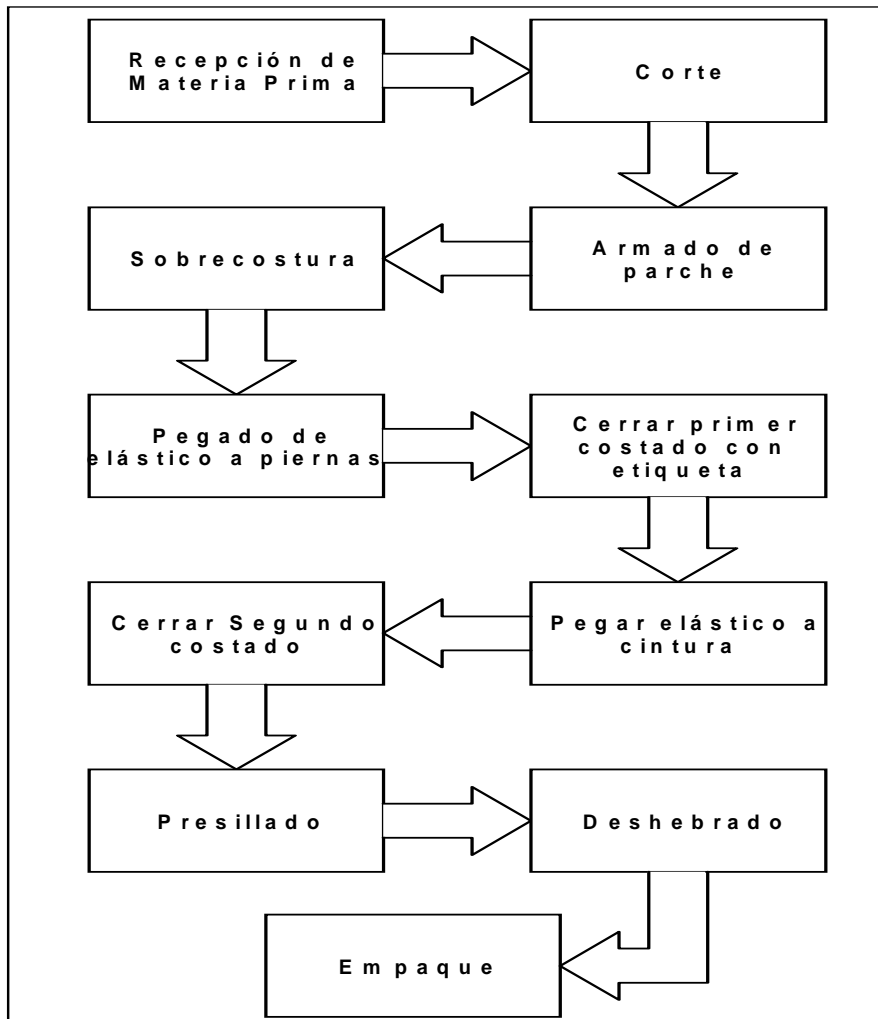
#### Distribución interna de las instalaciones de la planta



### Proceso de Producción

En todas las industrias es muy importante el movimiento de los materiales y, partiendo del hecho de que las materias primas están en constante movimiento, es fundamental que se localicen cerca de las zonas de trabajo en donde se ubican las maquinarias, así como de los almacenes, para evitar desperdicios, movimientos excesivos o que los productos terminados se dañen al momento de ser transportados. Por esta razón se utiliza, como esquema para la distribución de instalaciones, el flujo de operaciones orientado a expresar gráficamente todo el proceso de producción, desde la recepción de las materias primas hasta la distribución de los productos terminados, pasando obviamente por el proceso de fabricación.

El proceso de producción o flujo de operaciones de la lencería en general





El proceso de producción de la lencería en general

**1.- Recepción y almacenamiento de materia prima.-** Las materias primas se reciben de la siguiente manera:

**Telas de nylon stretch y de algodón (100%).-** Se presentan generalmente en rollos de 20 kgs., y ancho de 1 ó 1.5 metros.

**Hilo de nylon.-** Se presenta enrollado en carretes o conos.

**Elástico (licra o spandex).-** Se presentan en conos o carretes.

Otros materiales que se reciben son:

Bolsas de polietileno, Cajas de cartón, Etiquetas

**2. Inspección de la tela.-** Se inspecciona visualmente que la tela no tenga defectos (color, que no estén rotas, deshilachadas, entre otros).

**3. Transporte a corte.-** Los rollos de tela se transportan manualmente o por medio de carros empujados manualmente a una mesa de corte.

**4. Corte.-** Una vez que los rollos de tela de algodón y de nylon-licra se encuentran en la mesa de corte, se siguen los pasos que se indican a continuación:

**Tendido.-** Consiste en sobreponer juegos de tela sobre la mesa, de tal manera que éstos puedan cortarse simultáneamente en los componentes del producto.

**Marcado de los patrones sobre la tela.-** Consiste en sobreponer tendida; estos marcados sirven de guía para poder efectuar el corte.

**El corte propiamente dicho.-** Consiste en cortar el material (la tela) en sus partes componentes. El corte se realiza por medio de una máquina cortadora recta.

Una vez realizados los cortes, se realizan bultos con los cortes.

**5. Transporte al área de separación.-** Los bultos de cortes se transportan manualmente al área de separación y foleo. El transporte también se puede realizar con carros.

**6. Separación y foleo.-** En este departamento se realiza una división de bultos de acuerdo con la cantidad que se especifique en el control de los mismos; esta operación se lleva a cabo auxiliándose de tickets, los cuales llevan impresa la cantidad, talla y número de bulto.

**7. Transporte a armado de parche.-** Los bultos se transportan por medio de carros empujados manualmente al área de armado de parches.

**8. Armado de parche.-** Se pega el delantero y el trasero al parche (tela 100% algodón). Primero se une el delantero con el parche de algodón y, después, se pega el trasero al parche. Estas operaciones se realizan con máquina overlock de tres hilos, ya que no se requiere de una costura muy resistente.

Para realizar lo anterior, un operario toma un bulto de parche delantero y otro trasero, desamarra ambos, toma las piezas, caza los piquetes del parche delantero y trasero e inicia la costura; después corta los hilos sobrantes.

**9. Transporte a máquina flatlock.-** Una vez ensamblado el parche con el delantero y trasero, la pieza se transporta manualmente o por medio de carros a una máquina flatlock.

**10. Sobre costura.-** Se realiza una costura de carga sobre la costura de unión de trasero y delantero con el parche, en una máquina flatlock de 4 hilos.

**11. Transporte a máquina resortera.-** Los bultos de las piezas ensambladas se transportan manualmente o con ayuda de carros a una máquina resortera.

**12. Pegado de elástico a piernas.-** Este proceso consiste en pegar el elástico (licra) en ambas piernas. La operación se realiza en una máquina resortera de tres hilos; al culminar este pegado, se procede a cortar y medir el estándar de elástico en ambas piernas.

**13. Transporte a máquina overlock.-** Las prendas se transportan a una máquina overlock. El transporte se realiza manualmente o por medio de carros.

**14. Cerrar primero costado con etiqueta.-** Esta operación se realiza en una máquina overlock y consiste en cerrar uno de los costados y, al mismo tiempo, coser la etiqueta. Esta etiqueta contiene información sobre los materiales utilizados en su fabricación, así como instrucciones de lavado y cuidado de la prenda.

Para realizar lo anterior, los trabajadores reciben los bultos que contienen el armado de las piezas de la pantaleta con el elástico en ambas piernas. Toma el bulto del ensamble y lo desamarra, toma una pieza, caza los piquetes, posiona debajo del prensa-telas y alinea, para empezar, la costura; cose medio costado, toma la etiqueta y la coloca entre ambas piezas, para continuar la costura hasta cerrar el costado; terminado esto, corta los hilos.

**15. Transporte a máquina resortera.-** Las prendas se transportan manualmente o con carros a una máquina rematadora.

**16. Pegar elástico a cintura.-** En esta actividad, los operarios toman el bulto con las prendas y lo desamarran; toman una prenda y la posionan en la máquina rematadora;

alinean la prenda, cosen el elástico (licra) alrededor de la cintura y cortan hilos. Al culminar el pegado del elástico, se corta el mismo.

**17. Transporte a máquina overlock.-** Las prendas en bultos se transportan manualmente o con carros a una máquina overlock.

**18. Cerrar segundo costado.-** Esta operación consiste en cerrar el costado que aún permanece abierto mediante la utilización de una máquina overlock de 3 hilos. Los operarios toman el bulto con las prendas y lo desamarran, toman una pieza y caza del costado por cerrar, colocan la pieza debajo del prénsatelas, alinean, cosen y cortan hilos.

**19. Transporte a rematadora.-** Las máquinas se transportan manualmente o con carros a una máquina rematadora.

**20. Presillado.-** La operación consiste en rematar los extremos de las piernas y el segundo costado de la cintura (no se remata el otro costado, ya que éste al pegar el elástico en la cintura, le sirve como remate), la máquina utilizada es una máquina de presilla, también conocida como rematadora.

**21. Transporte a mesa de trabajo.-** Las prendas se transportan manualmente o con carros a una mesa de trabajo.

**22. Revisado y deshebrado.-** Esta operación consiste en quitar los hilos sobrantes de la costura y revisar, a la vez, que no haya defectos como costura suelta, floja, apretada, tela manchada, barrada, picada, con motas o mal teñida.

**23. Empaque.-** Se coloca la prenda ya terminada, clasificada, etiquetada y doblada en bolsas de polietileno, las cuales se acomodan en cajas de cartón.

**24. Transporte al almacén de producto terminado.-** Las cajas con la prenda terminada se transportan por medio de diablos o montacargas al almacén de producto terminado.

**25. Almacenamiento.-** El producto terminado se deposita en el almacén.

Algunas de las previsiones que se toman en la elaboración de las prendas son las siguientes:

- Los materiales no deben tener demasiados desplazamientos para someterse a los diversos procesos; sino más bien un orden lógico, de acuerdo con la secuencia de operaciones por las que han de pasar.
- El equipo para el manejo de materiales deberá emplearse con facilidad y sin interferencias por la mala disposición de la maquinaria o de otros equipos.

- Las máquinas deberán mantener una separación adecuada entre sí para no obstaculizarse y evitar accidentes.
- Los depósitos de herramientas y suministros deberán estar localizados convenientemente para ahorrar recorrido de materiales.
- Las conexiones de luz y vapor (en su caso) deberán estar debidamente ubicadas y seguras en su utilización y manejo.
- La maquinaria se instalará de manera que se facilite su reparación y mantenimiento.
- Las áreas de trabajo deberán contar con una adecuada iluminación.
- Los pasillos deberán permitir el libre tránsito en uno u otro sentido.
- Los pasillos y los claros de las puertas deberán ser bastante amplios para permitir el fácil desplazamiento del equipo en general.
- La maquinaria y los marcos de las puertas deberán estar protegidos contra los daños que les puedan causar las carretillas y vagonetas.
- Las instalaciones de lavabos, baños y bebederos de agua deberán colocarse convenientemente en lugares adecuados.
- Los colores utilizados en la planta deberán dar un descanso a la vista del trabajador.
- Los almacenes para materiales inflamables deberán estar contruidos de tal manera que eviten el peligro de incendio.
- El equipo contra incendio deberá colocarse en lugares estratégicos.
- Los diferentes almacenes deberán ser lo suficientemente amplios para permitir un libre tránsito, tanto del equipo comercial como del personal.

#### 4.3 Análisis del Producto

Cuando se habla de lencería, a la mayoría de las personas nos viene a la mente ropa interior para mujer, ya sea pantaletas, Brassiere, Corsés, o inclusive baby doll, pero en realidad existe una gran gama de productos, como lo son shorts, calcetas y pijamas, para lo cual lo más importante siempre es encontrar ropa con alta calidad, ropa generalmente asociada a la comodidad, el diseño y el buen precio; este tipo de productos trae una gran historia ya que a través del tiempo ha tenido un papel importante, debido a que desde la época antigua se le llamaba a la pantaleta “taparrabos”; desde entonces, esta prenda ha tenido una serie de cambios, tomando en cuenta la naturaleza de la mujer; en la actualidad

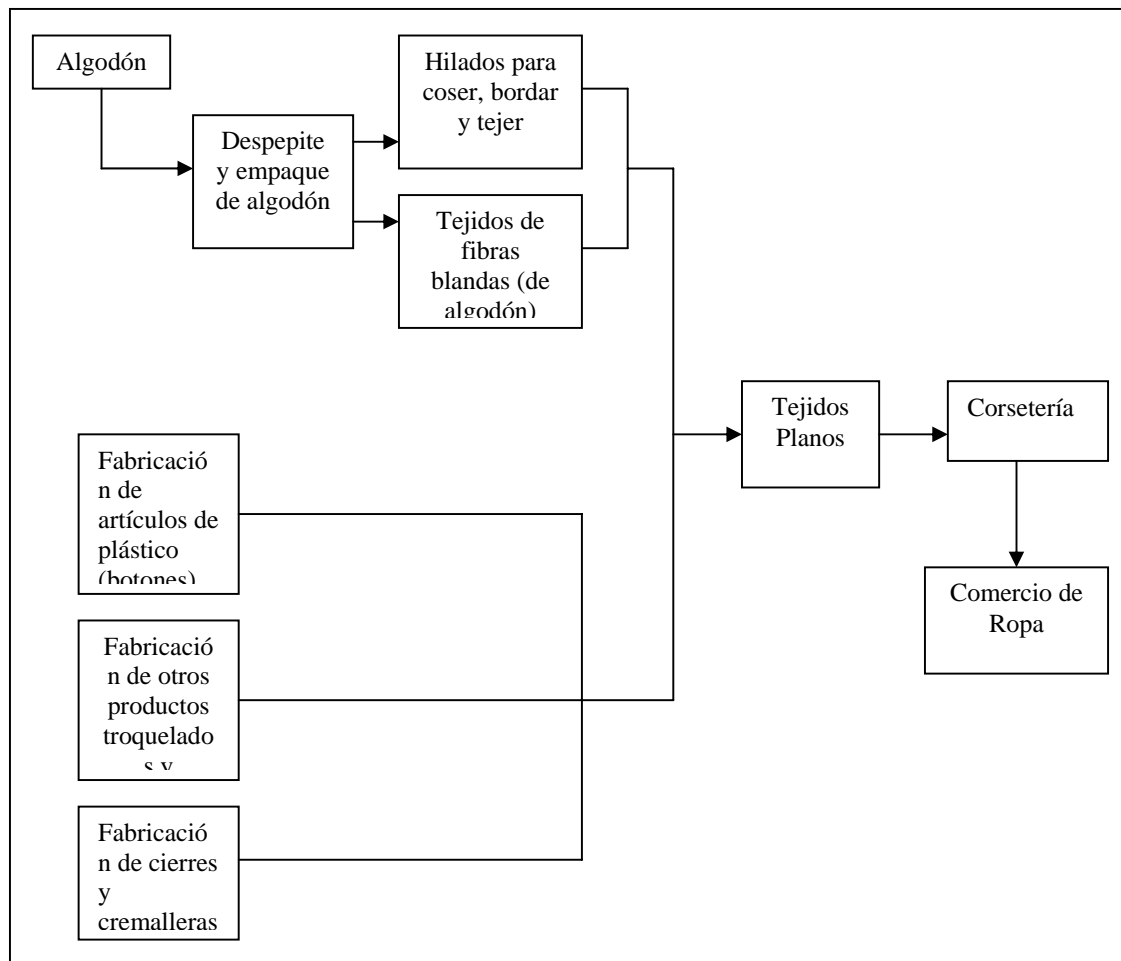
se elaboran prendas más finas con fibras naturales y también, al surgir las fibras sintéticas se ha encontrado que brindan el mismo confort que las naturales y tienen gran aceptación en el mercado.

Las características de la pantaleta varían de acuerdo con la moda, vanidad y gusto personal de la mujer. Es por ello que las tendencias en la actualidad son tan variadas, se puede decir que ahora el diseño y la innovación son la clave del éxito para entrar al mercado del exterior; sin embargo se debe de apoyar en factores como el precio, la calidad, la moda y en general de las tendencias de cada uno de los países o lugares donde se ofrezca la mercancía ya que este puede marcar una diferencia para nuestros productos.

De igual manera para que el sector de la confección mexicano se desarrolle se requiere que haya una integración total de la cadena de suministros, que cree moda no sólo en el diseño, si no también en la tela y sobre todo crear un nuevo modelo de negocios donde se acorten tiempos de entrega, se desarrollen constantemente nuevos diseños, se produzca alta moda con calidad y más que nada flexibilidad en la producción. Por lo que es importante conocer nuestra participación dentro de la cadena de suministros la cual es de prendas de vestir, y donde el principal objetivo es identificar a los principales proveedores, además de saber con exactitud nuestra participación en ella, también nos ayuda a obtener buenos precios en nuestros insumos y a conocer la cadena de abastecimiento que más nos convenga para poder ser competitivos en el mercado.

El recorrido que nuestros productos realizan en la cadena fibra – textil – vestido se presenta en el cuadro siguiente, donde se observa desde que se produce la fibra del algodón, hasta que se comercializa ya transformado como ropa de vestir.

### Cadena Productiva Fibra –Textil- Vestido. Específica.



Elaboración Propia con datos de Secretaria de Economía. [www.economia.com.mx](http://www.economia.com.mx)

En el sector de la ropa y las telas de algodón, se tiende a exportar sobre todo productos corrientes, como camisetas, camisas de hombre, telas tejidas y estampadas, cuya aceptación depende sobre todo de los precios: en este caso, la moda y el diseño no son esenciales. Sin embargo, en los mercados desarrollados se observa desde hace años una tendencia opuesta: mientras que disminuye el interés por las importaciones baratas, aumenta la demanda de ropa informal más personalizada y de mayor calidad.

Los principales productos que se fabrican y comercializan dentro de la lencería en esta empresa son:

Pantaleta	Bata	Ligueros
Corpiño y camiseta	Camisón	Pijamas
Brassiere	Fajas	

Baby doll	Corsés	
-----------	--------	--

De las cuales, el producto que vamos a exportar van a ser las pantaletas, esto a manera de introducción, debido a que por la movilidad de los mercados internacionales se deben de tomar precauciones antes de lanzarnos fuertemente a atacar estos mercados. Lo anterior no quiere decir que los demás productos no sean competitivos, si no que lo que se desea primordialmente es comenzar a posicionar nuestra marca, para que en el futuro se lancen los demás productos, con una marca más posicionada, y con esto dar la pauta a comercializar toda la línea.

Las características generales de estos productos que al ser artículos que están en contacto con la piel deben estar fabricados con fibras que no lastimen ni rocen y que, además, resulten agradables al tacto; preferentemente deberán utilizarse telas de algodón 100 %, nylon 100 % y poliéster 100 %, mezclas como: licra 10 % y algodón 90 %, licra 20 % y nylon 80%.

En el estampado, deberán emplearse colorantes químicos que no irriten la piel; en el caso del algodón, se usarán colorantes noftales (impregnación de la tela) o reactivos (por absorción física), y para el nylon, se emplearán pigmentos insolubles orgánicos e inorgánicos.

El proceso de producción para las diferentes prendas es similar, ya que se requiere de las mismas actividades; únicamente varía el acabado de cada una de ellas. Actualmente en la era de la información en la que vivimos las tendencias de moda son muy importantes; el clasificar, seleccionar, rediseñar modelos y monitorear los puntos de venta propios, y de la competencia con la finalidad de orientar la producción es esencial para que adquiramos el estilo global que se requiere. En este sentido la venta de un producto que debe estar en constante cambio, va a depender en gran medida de la marca y el consumidor final; la marca debido a que muchas personas buscan una marca y lo relacionan directamente con los diseños, se sabe que no es fácil lograr la identidad de la marca, pero los cambios en los

gustos del consumidor pueden ser la clave del éxito para nuestros productos y en general de nuestra marca.

#### 4.4 Análisis y selección de Mercado

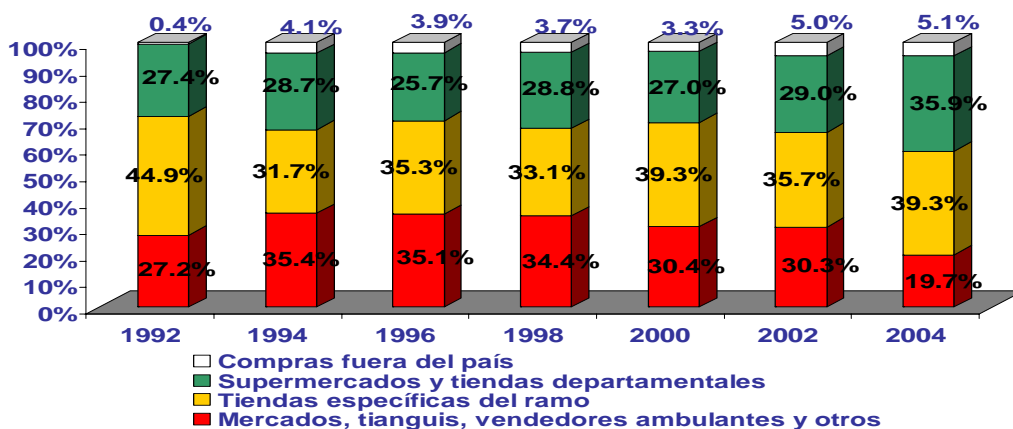
El estudio de mercado tiene como finalidad cuantificar el número de individuos, empresas y otras entidades económicas generadoras de una demanda que justifique la puesta en marcha de un determinado programa de producción de bienes o servicios, sus especificaciones y el precio que los consumidores estarían dispuestos a pagar por ellos. Este, proporciona información indispensable para investigaciones posteriores del proyecto, como los estudios para determinar su tamaño, localización e integración económica. También permite a través de ella elegir una adecuada estrategia competitiva, para generar mayores beneficios y así elevar las ventas.

Sólo aquellas empresas que sean capaces de entender el mercado y ofrecer productos de moda a sus clientes, serán las que perduren dentro de la industria textil y de la confección, por lo que la búsqueda de un nicho de mercado garantiza la permanencia a largo plazo de cualquier empresa que lo desarrolle, le invierta y posicione sus productos.

Los puntos de venta en el mercado nacional que se muestran en la gráfica siguiente, muestran la recuperación de ventas de prendas de vestir en supermercados, tiendas departamentales y tiendas especializadas del ramo y no en los tianguis, como venía haciéndose en los últimos años.



**Gasto de los hogares en Prendas de Vestir por lugar de adquisición (Distribución porcentual)**



Fuente: ENIGH 1998, 2000, 2002 y 2004

<http://www.economia.gob.mx/index.jsp?P=2495>

La recuperación que muestra la Industria Textil y de Vestido en los últimos años es muy importante ya que se observa que las personas en México ya están prefiriendo comprar en comercios establecidos, como lo son los supermercados, tiendas departamentales y propias del ramo, y se están alejando de los vendedores informales lo que representa una gran oportunidad y muestra la recuperación del ramo. En el pasado debido a la proliferación de establecimientos ambulantes y básicamente a vendedores informales, el contrabando y la ilegalidad era común en el ramo, por lo que poco se podía hacer, ya que tenían la preferencia de la gente debido tal vez a bajos costos, pero siempre sacrificando la calidad; de igual manera nos dice que el mercado está cambiando y que la gente está optando por comprar en un lugar bien establecido, con cierto prestigio, y con estándares de calidad igualmente definidos. Todo esto es una oportunidad para desarrollar una estrategia que brinde la oferta adecuada para cubrir la demanda que cada mercado o plaza requiera.

Un aspecto importante a considerar es que en la actualidad la competencia que se pueda encontrar en mercados tan saturados como lo son la Ciudad de México suele ser un verdadero reto para nuestra PyME, en este país la competencia se torna muy agresiva ya que nos encontramos con empresas pequeñas y grandes con un mercado muy amplio, donde la mayoría se destaca por su calidad, su diseño y la inversión en tecnología que realiza; además de que cuentan con gran variedad de canales de distribución: tiendas de

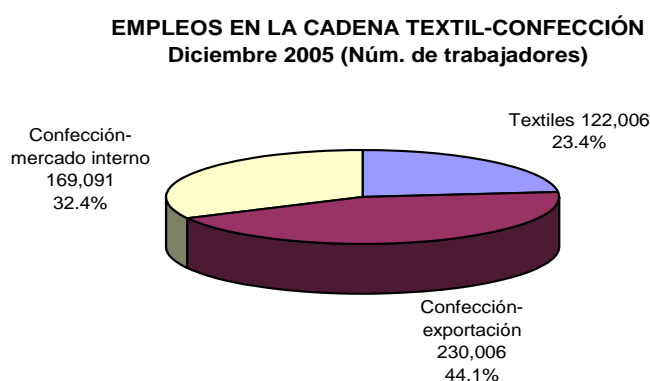
autoservicio, distribuidores y boutiques, además de vendedores por catálogo atendidos directamente por distribuidores locales en todo el territorio nacional; lo que nos permite tener opciones e ideas de cómo empezar a distribuir nuestros productos y crecer, pero la red de comercialización y capacidad de hacerse llegar de recursos financieros marca una gran diferencia, por lo que se buscará la manera de seguir sus pasos muy de cerca. Algunos de los más importantes en el país se encuentran en el **ANEXO 3**.

De los cuales son distribuidores directos y algunos son proveedores de cadenas de supermercados, y donde seguramente nos encontraremos compitiendo en los estantes, siempre con la idea de mantenernos a la vanguardia para intentar ser competidores fuertes. A pesar de que estas pueden marcar la diferencia por ser empresas integradas y modernas, logrando así producir prendas con la más alta calidad y precios accesibles, esta empresa buscará colocar sus productos en el extranjero, como una marca 100% mexicana y con el sello de lo HECHO EN MÉXICO esta bien hecho, por lo que sus principales clientes en el extranjero serán personas que aprecien lo que se produce en este país.

La gran competencia a la que se enfrenta “Confecciones de la flor” es debido a que en el mercado nacional es muy importante, ya que la población de nuestro país que residía en el territorio mexicano, al 17 de octubre del 2005, era de 103.1 millones de personas; de ellas, 53.0 millones eran mujeres y 50.1 millones hombres. Lo que nos dice que el 51.46 % del total de la población son mujeres; y que el Estado de México, el Distrito Federal, Veracruz, Jalisco y Puebla continúan siendo las entidades más pobladas: en conjunto contienen al 40.7% de la población del país. Es por ello que estas empresas se encuentran ubicadas en Zonas estratégicas para lograr una mejor distribución de sus productos, a bajo costo.

En este sentido es importante mencionar que “la composición del empleo en la cadena textil-confección genera 521.2 mil empleos, de los cuales la industria textil (fabricante de hilos y telas) genera 122,066 empleos; las empresas de la industria textil se encuentran afiliadas ya sea a su Cámara Nacional (CANAINTEX), a la Cámara Textil de Occidente o a la Cámara Mexicana de la Industria Textil de Puebla y Tlaxcala.

El siguiente eslabón de la cadena corresponde a la industria de la confección, cuyas empresas están afiliadas a la Cámara Nacional de la Industria del Vestido (CANAIVES), generan 399,097 empleos en México, de los cuales se calcula que 230,006 están vinculados a la confección de prendas de vestir para el exterior (bajo los programas Pitex y maquila), mientras que el resto de los empleos de la confección (169,091) generan producción para el mercado interno.



Fuente: Elaborado con información del INEGI y del SIC-M

Como se puede apreciar, dentro de la cadena, el eslabón realmente generador de empleo es el de la confección mediante empresas PITEX y maquila.”<sup>50</sup>

En el 2006 los apoyos gubernamentales a los fabricantes nacionales que deseen exportar se simplifican, debido a apoyos directos por Bancomext que colabora activamente en la promoción de las ventas al exterior, a través de su portal en internet o directamente en oficinas regionales; de igual manera la Secretaría de Economía mantiene una constante comunicación con las PyMEs que desean exportar, mediante su portal [contactopyme.com](http://contactopyme.com) y sus oficinas regionales que brindan toda clase de asesoría para ayudar a esta clase de empresas a desarrollare y crecer hacia el extranjero.

Para “la empresa exportadora es importante considerar que el plan de mercadotecnia internacional integrará estos cuatro elementos adicionales a las cuatro P’s (producto, precio,

<sup>50</sup> <http://www.economia.gob.mx/index.jsp?P=2495>

plaza y promoción) para cada país donde se dirijan sus productos: Ambiente Económico, político, cultural y Legal.”<sup>51</sup>

En el caso de nuestra empresa las variables a considerar para nuestro estudio de mercados internacional lo haremos con miras a exportar a EE.UU. ya que el mercado nacional de prendas de vestir representa menos del 10% de las compras que realiza EE.UU. del exterior; por lo que el mayor potencial de generación de empleo radica en abastecer ese mercado y no el nacional. Por lo que en el marco del Tratado de Libre Comercio con América del Norte (TLCAN), se revisará una remembranza de la situación en la que se encuentra este país.

Estados Unidos de América (o, en forma más concisa Estados Unidos o EE.UU.) es un país de la América del Norte, entre Canadá y México, con parte de su territorio en Oceanía, su extensión territorial es de 9,372,610 km<sup>2</sup>, distribuido en 50 Estados y un Distrito, su capital es Washington la moneda oficial es el Dólar Estadounidense.

A continuación se presenta el entorno económico que prevalece en EE.UU. según un estudio realizado por Bancomext :

- “Población de 296,926,593 habitantes, siendo el tercer país con mayor población en el ámbito mundial.
- Comercio total de USD 2,236 miles de millones, constituyendo la primera economía del mundo.
- PIB en 2004 de USD 11,667 miles de millones.
- PIB per capita de USD 41,519.
- Importaciones anuales de USD 1,469.7 miles de millones, de las cuales el 10.6% provienen de México.
- Sus exportaciones ascendieron a USD 818,774 millones, de las cuales 13.5% se destinaron a México.

---

<sup>51</sup> Flores Paredes Joaquín, El Contexto del Comercio Exterior de México: Retos y Oportunidades en el Mercado Global, UNAM Facultad de Estudios Superiores Cuautitlán 2001 p. 131

- Sus principales socios comerciales son Canadá, México, China y Japón.
- En 2004 el comercio bilateral ascendió a USD 266 mil millones.
- El intercambio comercial en el 2005 fue cercano a USD 300 mil millones.
- México contó con un superávit mayor a USD 35,000 millones en el 2004.
- El comercio se ha incrementado más de 300% desde la puesta en marcha del TLCAN.
- Entre 1994 y septiembre de 2005, la inversión estadounidense en México ascendió a 101,398 millones de dólares, equivalentes al 62.4% del total la inversión extranjera directa acumulada en el periodo.
- El Distrito Federal, Baja California, Baja California Sur, Nuevo León y el Estado de México son las Entidades con mayor participación de IED norteamericana<sup>52</sup>.

El Estado hace grandes inversiones en infraestructuras. El equipamiento en carreteras, ferrocarriles, puertos y aeropuertos es gigantesco existen 14,695 Aeropuertos, 132 Helipuertos, 212,433 km de Ferrocarriles y 5,733,028 km de carretera pavimentadas y 637,003 km sin pavimentar, Estados Unidos y Canadá son dos de los países con mejores redes de comunicación del mundo, a pesar de su tamaño. Esta inversión en infraestructuras es lo que permite las relaciones empresariales.

La Población de EE UU. unos 296,926,593 habitantes, lo que supone una densidad demográfica media 28 h/km<sup>2</sup>. Sin embargo, la población está muy desigualmente repartida. La región nororiental desde Washington hasta Montreal, que es una de las regiones más densas del mundo, además de California, la región en torno a Portland, Seattle y Florida, como regiones secundarias. Existen auténticos desiertos como los estados de Montana, la región de las Rocosas y la mayor parte del medio oeste. Como país desarrollado tiene un régimen demográfico moderno, con tasas de mortalidad infantil muy bajas (8%), fecundidad muy baja (2 hijos por mujer), un crecimiento natural del 1%, y una esperanza e vida al nacimiento de unos 77 años. Son unos porcentajes ligeramente mayores que los europeos debido a la escasa asistencia de las personas desfavorecidas. En

---

<sup>52</sup> [www.bancomext.com](http://www.bancomext.com)

determinadas clases sociales la mortalidad infantil puede llegar al 20 ‰ como en los paÍses subdesarrollados.

Estados Unidos es una sociedad de inmigrantes, donde se encuentran representadas todas las razas y personas de todos los paÍses del mundo. La raza dominante es la blanca anglosajona, seguida de los negros, latinos, chinos, etc. Los indios nativos son casi una curiosidad. Esta diversidad es fuente de creatividad, pero tambi3n de conflictos sociales y raciales por parte de la mayorÍa dominante. El patente racismo de la poblaci3n se puede ver en el alto porcentaje de no blancos entre los trabajadores por cuenta ajena menos cualificados y los marginados. El idioma m3s hablado por lo tanto es el Ingles, seguido del EspaÑol por la alta migraci3n Latinoamericana que presenta este paÍs.

Los requisitos principales para ingreso y salida del paÍs, es Pasaporte, Visa y Documentos migratorios.

La religi3n que predomina en EE.UU. es el protestantismo en sus diferentes denominaciones (presbiterianos, eclesi3sticas, metodistas, adventistas etc.). Hay un nÚcleo cat3lico muy importante y grupos anglicanos. Se profesan tambi3n el mormonismo, iglesia fundada por Joseph Smith, y a trav3s de las inmigraciones, el judaÍsmo, islamismo, budismo, el cristianismo ortodoxo, etc.

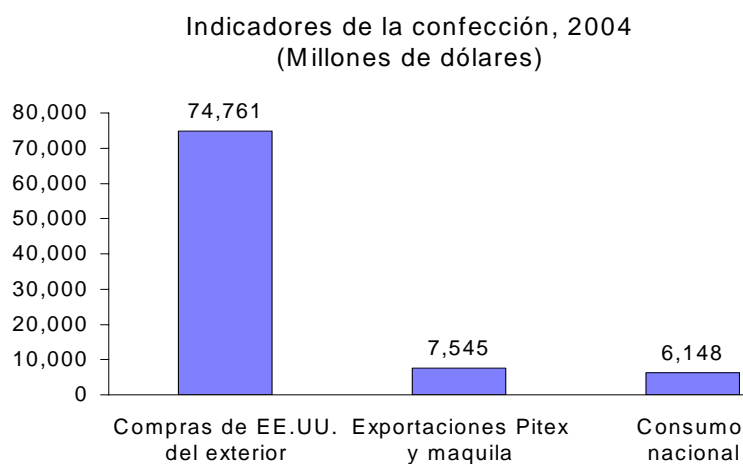
La economÍa de EE UU es de tipo capitalista liberal, en donde podemos encontrar todo tipo de empresas de todos los tamaÑos, desde las grandes multinacionales que abarcan todo el mundo, hasta las pequeÑas empresas que solucionan la economÍa de una familia. Existen compaÑÍas de mediano tamaÑo que trabajan para sÍ mismas o para las grandes multinacionales. El sector empresarial est3 muy bien estructurado y la sociedad consume los productos que fabrica.

Este paÍs tiene participaci3n en una gran lista de organizamos internacionales, en los que destacan: APEC, FAO, G-5, G-7, G-10, Interpol, ONU, UNESCO, OMC, entre muchas

otras. Lo que nos habla de que es un país que le interesa tener buenas relaciones con el mundo tanto política, económica y socialmente.

A nivel mundial los Estados Unidos son el segundo importador más grande de productos textiles, representando el 24 por ciento de las importaciones del mundo en 2002 (la UE es el importador más grande, con una participación del 37 por ciento<sup>3</sup>). En términos de valor, China es el proveedor más importante de textiles y vestido de EE.UU., representando el 15 por ciento de las importaciones totales de textiles y vestido de EE.UU. en 2003. México es el segundo proveedor más grande de textiles y vestido de EE.UU., representando cerca del 10 por ciento de las importaciones totales de EE.UU. en 2003.

Es importante mencionar que Estados Unidos es uno de los países que más consumo en ropa de vestir tiene, ya que ese mercado representa una gran variedad de nichos, en los que se consume ropa de todo tipo; y en la cual México no ha aprovechado sus ventajas, y en el que se debería de poner más énfasis. Un ejemplo de ello es la siguiente gráfica, donde las compras de Estados Unidos al exterior representan 74,761 millones de dólares y las exportaciones a penas 7,545 millones de dólares; lo que nos dice que cerca del 90% del mercado no se encuentra cubierto por empresas beneficiarias del programa Pitex o Maquila, y donde es urgente que se haga algo para lograr que más empresas mexicanas inicien operaciones.



<http://www.economia.gob.mx/index.jsp?P=2495>

“Las empresas textiles y de confección beneficiarias de los programas Pitex y maquila son altamente generadoras de divisas; de enero a noviembre de 2005 dichas empresas en conjunto registraron un superávit en su balanza comercial del orden de 2,098 millones de dólares.”<sup>53</sup>

Estos datos son importantes para darnos cuenta que se debe intensificar los apoyos a las PyMEs, y básicamente “para lograr la competitividad de la cadena fibra – textil – vestido será necesario:

- Consolidar una industria innovadora con fuerte capacidad tecnológica.
- Impulsar la producción con valor agregado.
- Fomentar la integración a la cadena fibras – textil – vestido.
- Insertar a México en el mundo de la moda rápida y de las marcas propias.
- Combatir la economía ilegal.
- Fortalecer el esquema de fortalecimiento para el que se ha creado un fondo de garantía por \$ 30 millones de pesos con recursos del fondo PyME para garantizar créditos de la banca privada.
- Estimular la inversión y la generación de empleo.”<sup>54</sup>

Debido a que se tiene según la siguiente gráfica una gran demanda de textiles y confección en los Estados Unidos, debemos intentar cubrir esas necesidades que no hemos sido capaces de cubrir en todo este tiempo, en el que el TLCAN nos ayuda a entrar con precios no muy altos en el que sólo se necesita competitividad y ganas de triunfar en un mercado complicado para incursionar y mantenerse; no obstante los datos que se han venido mostrando nos dicen que en cuestión de textiles y confección se tiene un mercado muy amplio. Por lo que esta empresa se encuentra consiente de que al entrar a cubrir este mercado se requiere de un plan estratégico que nos permita permanecer cubriendo las necesidades y crecer como organización, que si bien en nuestro país no se ha logrado repuntar, tal vez en un mercado externo nos pinta mejor el panorama.

---

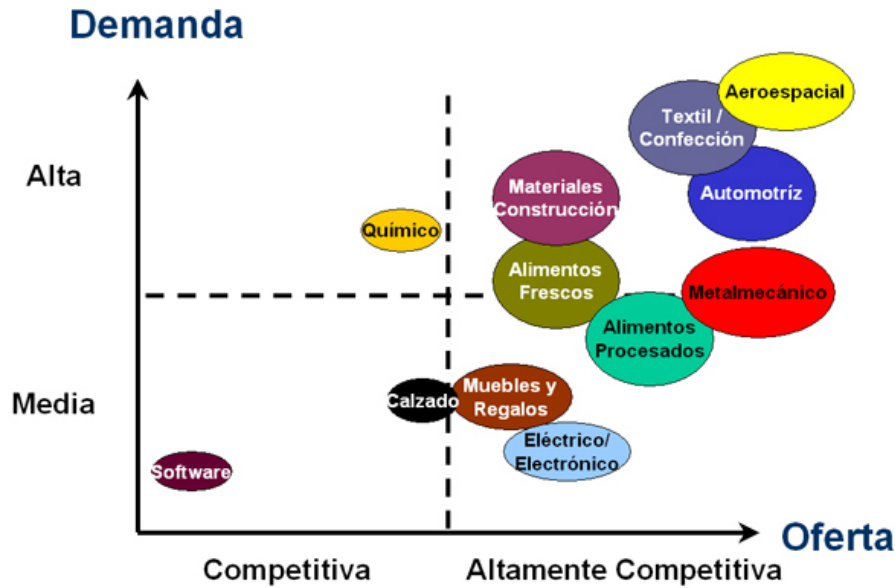
<sup>53</sup> <http://www.economia.gob.mx/index.jsp?P=2495>

<sup>54</sup> Hernández Gasca Abigail, La divisa en confección, crear corporativos y marcas propias, Negocios Internacionales Bancomext, Octubre 2005 p. 30



Según Bancomext, para Estados Unidos los principales Sectores de Oportunidad son los siguientes:

Principales Sectores de Oportunidad en Estados Unidos, relación Oferta – Demanda



www.bancomext.com

Los principales Estados con alto nivel de consumo son 8, entre los que destacan (Chicago, Los Ángeles, Atlanta y Miami) que como se observa en el cuadro tienen alta demanda de la mayoría de los artículos; estos estados son en los que se debe poner especial énfasis en informarse cual es la necesidad exacta, para intentar cubrirla.

Sector	Los Ángeles	San Antonio	Houston	Dallas	Chicago	Nueva York	Atlanta	Miami
Alimentos Frescos y Procesados	X	X	X	X	X	X	X	X
Automotriz	X				X		X	X
Electrónico – TI	X		X	X	X			X
Materiales de Construcción	X	X	X	X	X		X	X
Metal-mecánico	X	X	X	X	X	X	X	
Textil	X				X	X	X	X
Muebles y Regalos	X	X	X	X	X	X	X	X

Cuero y Calzado	X				X			X
Plásticos					X		X	
Químico – Farmacéutico	X				X			X
Aeroespacial	X			X	X	X		

[www.bancomext.com](http://www.bancomext.com)

Aunque es importante remarcar que los textiles tienen demanda y oferta alta, nos encontramos estudiando un país con alto nivel de consumo de la sociedad y este favorece el crecimiento económico, tanto suyo como de sus principales socios. El consumo interno permite que no tengan que depender del exterior para ser un país rico. Más sin embargo el mercado externo le abastece y complementa las necesidades de productos innovadores y de buena calidad. Por lo que según el estudio que se viene realizando se buscará incursionar en la ciudad de Los Ángeles en el Estado de California, esto debido a que es la segunda ciudad con más mexicanos, después de la ciudad de México, y el mercado que queremos cubrir es el mexicano, además ya que tiene una alta demanda de textiles, esta ciudad pareciera ser la ciudad indicada para iniciar operaciones en el extranjero y comenzar a posicionar nuestra marca.

“El área metropolitana de Los Ángeles se compone de cinco condados: Los Ángeles, Orange, San Bernardino, Ventura y Riverside. Juntos aglutinan a una población total de 18 millones de personas, representando el 51% del total estatal y con un ingreso anual per cápita de \$22,900 dólares.

Lo anterior, junto con una economía basada en 16 industrias de primer nivel con acceso a los mercados mundiales, han convertido a Los Ángeles en la undécima economía mundial.

Tradicionalmente, la economía de Los Ángeles se basaba en tres industrias prioritarias: tecnología aeroespacial, entretenimiento y turismo. Hoy en día esta región ha evolucionado a una balanceada economía multi-industrial con un enfoque internacional. Además de que Los Ángeles es considerada la "capital mundial del entretenimiento", es también:

\* El principal centro de manufactura de prendas y diseño de modas a nivel nacional.

- \* Primera región en valor de importaciones y exportaciones, así como en el manejo de carga portuaria del país.
- \* Principal centro de manufactura en Estados Unidos.
- \* Uno de los principales destinos turísticos en el país con más de 25 millones de visitantes al año, que significan una derrama económica de 13 mil millones de dólares.
- \* Uno de los cinco principales centros de diseño en el mundo.
- \* Principal puerto de acceso a la cuenca del Pacífico.

El fenómeno no es para menos. De un total de 296.1 millones de habitantes en la Unión Americana al 1° de enero 2004, 43.5 millones son de origen hispano; es decir, 14.7% del total, lo que los convierte por primera vez en la "minoría étnica" número uno de ese país; por lo que respecta a la población mexicana, para el 1° de enero de 2004, la población se colocó en 28.9 millones.

California es por mucho el estado con mayor población hispana en Estados Unidos: 13.5 millones de habitantes (75% de origen mexicano) o 31% del censo poblacional hispano de ese país. De hecho, la entidad cuenta con nueve de los principales 50 mercados hispanos en la Unión Americana, incluyendo Los Ángeles, San Francisco, San Diego, Sacramento y Fresno.

Pero ahí no para todo. Conforme a un estudio de Strategy Research Corp., una firma de Florida especializada en el tema, se estima que para 2010 la población hispana se eleve a 56 millones de personas y a 154.5 millones para 2050. La magnitud poblacional no sería tan relevante si no fuera acompañada de la dimensión de su poder de compra, el cual se eleva a 575.5 miles de millones de dólares y se estima que ascenderá a 638 mil millones en 2010, casi el PIB actual de México.

El mercado de California es imponente y, por lo mismo, competidísimo. Debe considerarse además que los puertos de Los Ángeles, Long Beach y San Francisco son el punto de entrada de las mercancías asiáticas a Estados Unidos; de ahí son distribuidos dentro del estado y al resto del país. Eso hace que la competencia sea especialmente fuerte en dicha

entidad, por lo que el diseño, los precios y sobre todo la responsabilidad en los plazos de entrega, la calidad y servicio al cliente son la diferencia entre lograr concretar operaciones y no hacerlo.”<sup>55</sup>

En EE.UU. el consumidor de moda en la cadena fibras – textil – vestido se divide en:

- “Frecuente, que es el que compra por status, es adulto, serio y fiel a la marca.
- Orientado por el valor, busca equilibrio entre calidad y precio, de ingresos medios y abarca casi todas las edades.

Fashion victim, que son jóvenes que siguen la moda, atentos a la marca, pero infieles a esta, sus ingresos son variados.”<sup>56</sup>

No obstante el mercado que se buscará atacar será el orientado por el valor, el que realmente requiere de lo que compra, le es fiel a la moda, las marcas y tiene un equilibrio entre calidad y precio, ya que es lo que se brinda con nuestros productos, que en un inicio para el extranjero sólo será la pantaleta; debido a las características de la población, la competencia y sobretodo el precio, ya que estamos hablando de un país en el que la gran mayoría de su población tiene buenas percepciones económicas, esta mezcla de mercadotecnia la enfocaremos a vender en cadenas comerciales en la que la gran mayoría de la clase media asiste y para la que principalmente se encuentran dirigidos nuestros productos, debido a que, si bien son productos de buena calidad, nos hace falta posicionar nuestra marca.

En la actualidad vivimos en una época de grandes cambios rápidos e importantes, las empresas deben de contar con las herramientas para ser frente de los cambios globalizados; por lo que la investigación de mercados juega un papel muy importante para el buen desarrollo de este tipo de empresas .

Los clientes potenciales a los que podemos ofrecer nuestros productos en los Estados Unidos son como ya se mencionó, las cadenas comerciales donde incluyan Lencería entre

---

<sup>55</sup> <http://www.bancomext.com/Bancomext/portal/portal.jsp?parent=8&category=4744&document=6147>

<sup>56</sup> Hernández Gasca Abigail, La moda en la era del Photoshop, Negocios Internacionales Bancomext, Agosto 2004 p. 37

sus productos, tales como Wal-Mart, Sears, etc. e inclusive en las tiendas dedicadas a Lencería ya que estos productos son de interés general para la población. Ya que de acuerdo a estadísticas estadounidenses, el principal punto de venta para la venta de productos confeccionados son las tiendas de descuento, quienes en el 2002 absorbieron más del 51% del mercado (Kmart, Wal-Mart, Target, Price-Costco, etc.); le siguen las tiendas especializadas con el 37% (GAP, The Limited, Eddie Bauer, etc.) y en tercer lugar con el 31% de participación se encuentran las tiendas departamentales como Bloomingdale's, JC Penny, Macy's, Hudson's Bay, Eaton's, entre otros.

Ya en el extranjero su competidor mexicano más fuerte será grupo Diltex, con su marca de Lencería Ilusión, la cual es una empresa mexicana que tiene operaciones en EE.UU., la cual vende a cadenas comerciales y tiene una boutique en: Calle 625 South Los Ángeles Street, Los Angeles California U.S.A. C.P. 90014, FAX (213)622-7564 Mail: ilusionusala@ilusion.com.mx denominada L.A. ILUSIÓN LOS ÁNGELES; sus operaciones en los Estados Unidos cubren los mismos productos de nosotros, y mantienen una calidad constante en su producción, es considerada una empresa grande, por sus ventas, tanto en México como en EE.UU. y Costa Rica.

Para llegar a tener canales de comercialización adecuados es necesario tener una persona que conozca el proceso exportador, para lo cual se buscará contratar alguna, como ya se mencionó, se buscarán distribuidores y vendedores en el extranjero, México al mantener buenas relaciones con sus socios del Norte, brinda espacios para buscar canales más económicos y poder competir con este tipo de empresas integradoras de paquetes completos. Empresas como esta con necesidad de incursionar en mercados extranjeros se ve influenciada de acuerdo a la demanda y oferta exportable, precio y ahora la sofisticación del producto.

La Clasificación arancelaria de nuestros productos para EE.UU. son:

Ropa interior para damas

Fracción arancelaria: 621290.01

La cual establece arancel 0 para algunos productos de la cadena, y esta fracción arancelaria tiene arancel 0 desde el 1 de enero de 1994 que fue cuando entro en vigor el tratado.

Es de suma importancia señalar para la introducción de productos textiles a Estados Unidos, el Acuerdo Multifibras El AMF es un acuerdo especial aceptado por el GATT. Su objetivo era conservar el "comercio libre" en el sector del textil y, a la vez, evitar "perturbaciones" en algunos segmentos del mercado y proteger la industria textil de algunos países industrializados.

El AMF limitaba las exportaciones de países del Tercer Mundo cuya mano de obra es barata hacia los grandes países consumidores (UE, EE. UU.).

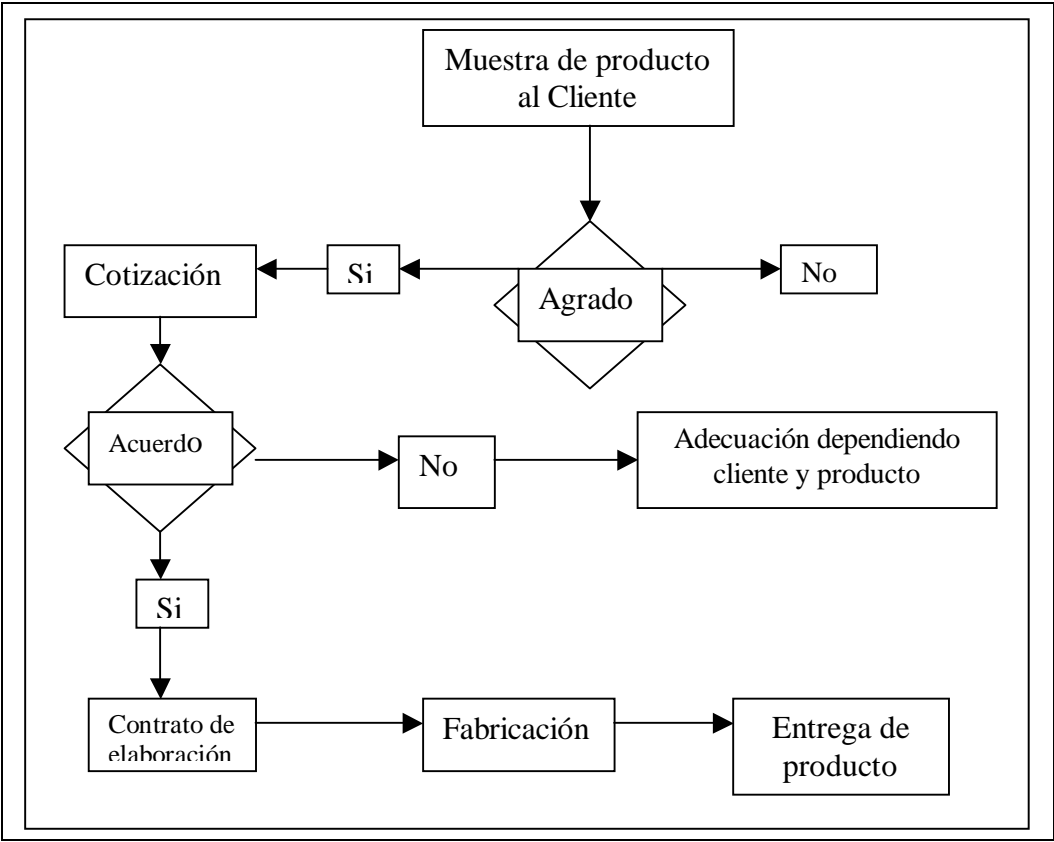
El AMF no prevé aranceles, pero sí contingentes para ciertos grupos de productos. Con la creación de la Organización mundial del comercio (OMC) en 1994, el AMF deberá dejar de aplicarse gradualmente en los próximos diez años. Los nuevos países intermedios del Tercer Mundo serán los principales beneficiarios de la liberalización prevista. De igual manera este Acuerdo Multi Fibras quedará en desuso a partir del 1 de Enero del 2005 por lo que el comercio protegido para estos productos se terminará y con ello la competencia será aún más fuerte en ( UE Y EE.UU.).

Cuando se trata de elegir canales de distribución adecuados para minimizar los costos se debe de considerar los INCOTERM a utilizar, el cual al ser el adecuado para la distribución de nuestra mercancía en el extranjero, nos asegura un negocio seguro el cual nos va a ayudar a posicionarnos en un mercado extranjero, que en este caso será a Estados Unidos. Los INCOTERM a utilizar por nuestra compañía van a ser dependiendo el acuerdo llegado con los clientes, por lo que será variable, el precio de venta debido a esta situación; pero siempre se esperará que sea EXW o DDP, ya que es mercancía que no requiere un trato muy delicado, la entrega a nuestros clientes no tendrá un costo elevado.

Por último es necesario conocer que las tendencias en el mercado textil son muy cambiantes ya que están regidas por factores climatológicos, de moda o de diseños vanguardistas aunque también se guiarán con los diseños tradicionales basados en la calidad y el precio que son lo más importante para el cliente.

Se debe de buscar la aplicación de estrategias de comercialización dinámica, capaz de mantener la producción orientada a la exportación: búsqueda de segmentos de mercado, control estricto de la calidad e introducción constante y oportuna de nuevos diseños.

El proceso de la venta también debe ser una estrategia a largo plazo, esto con la finalidad de evitar complicaciones y malos entendidos con los clientes, por lo que el proceso será el siguiente:



En cada una de las ventas que se realicen en el extranjero se debe especificar en el contrato, la forma de pago y los términos en que las mercancías van a llegar al destino final, y cuando la forma de pago sea el crédito, en el contrato se especificará un aval, que básicamente es para asegurar la operación y para que las relaciones comerciales se mantengan en buenos términos a largo plazo.

Tabla de ganancias por cada mercancía y al precio que se darán El tipo de cambio que se manejará es \$10.98 por dólar.

Nuestros posibles clientes				Nuestra competencia directa		
Pesos / Dólares	Wal-Mart 30% utilidad	K-mart 25% utilidad	Sears 35% utilidad	Illusion	Victoria Secret	Hanes
Pijama \$43.54 (3.96574 dls)	5.165 dls.	4.966 dls.	5.364 dls.	De 11.50 a 11.65dls	De 12.50 a 19.98 dls	De 7.3 a 13.6 dls
Pantaleta \$15.4139 (1.40199 dls)	1.836 dls.	1.765 dls.	1.811 dls.	De 1.50dls a 4.40	De 1.20 a 12.00 dls	De 1.95 a 4.95 dls
Brassiere \$32.4139 (2.9511 dls)	3.849 dls.	3.700 dls.	3.996 dls.	De 7.00 dls a 10.4 dls	De 18.69 a 25.32 dls	De 4.21 a 9.85 dls

Los precios que se manejan en la tabla anterior son tomados de artículos con similares características que los productos que nosotros ofrecemos, por lo que nuestra competencia tiene más variedad que nosotros, y por lo tanto los precios varían mucho, y a pesar de que nuestros productos son similares en calidad, en algunas ocasiones como en las pantaletas tenemos diferencia en los precios debido a que el material que nosotros utilizamos para la fabricación de estas son de mejor calidad, ya que los elásticos que se manejan tienen durabilidad mayor a los utilizados por nuestra competencia.

La mezcla de mercadotecnia que se utilizaría sería para la promoción de nuestros productos en Estados Unidos sería la siguiente:

PRODUCTO	PLAZA	PRECIO	PROMOCIÓN
Los productos que se van a ofrecer son básicamente de consumo personal, para mujeres, como lo es la lencería de algodón.	La plaza en la que se comercializan los productos en el extranjero es EE.UU., debido a las características de este mercado es el ideal para la distribución y el buen	El precio que se fija para la venta en esta plaza, para los diferentes productos que se exportaran a EE.UU. El precio que nuestra competencia marcará la diferencia entre nuestros	Se realizará en Revistas especializadas, periódicos por medio de cupones de descuento, Páginas en internet, Participar en misiones comerciales, Ferias internacionales, agentes



	<p>manejo de los productos además de la aceptación que se observa en este país. Los Ángeles, California es una buena ciudad Norteamericana para iniciar nuestras ventas por las características de su población mayoritariamente Latina y con gustos y necesidades similares.</p>	<p>productos y los suyos, ya sea por calidad o por ahorro de costos y gastos.</p>	<p>de venta para promocionar los productos personalmente.</p>
--	---	---	---

El sector textil y de la confección ha sido tradicionalmente parte de la planta productiva básica de la economía de EE.UU. Sin embargo, dicha industria está sufriendo cambios importantes debido a que los precios se han visto presionados por los artículos que se producen fuera del territorio de los Estados Unidos, por lo que este sector representa una gran oportunidad para el empresario mexicano.

#### 4.5 Análisis y Evaluación Financiera

En todo proyecto se debe incluir el análisis y la evaluación financiera que es la forma en que la empresa interactúa con sus acreedores, proveedores, clientes y el factor humano; esta cuantifica requerimientos de inversión; proyecta la situación financiera, proporciona un desglose de los recursos financieros que se van o se están utilizando, es básicamente un plan financiero y evalúa la viabilidad y rentabilidad del proyecto, sensibilizándolo ante diversos escenarios.

Una empresa necesita conocer los costos de producción de todos y cada uno de los productos o servicios y procesos que maneja y opera, con la finalidad de calcular de manera adecuada el precio de venta de cada uno de ellos.

En consecuencia, se debe analizar cada uno de los elementos y factores utilizados en la fabricación, pues son parte integral del costo de producción.

El punto de partida es la materia prima, que se transformará en producto terminado, y la mano de obra, que está dada por la suma de sueldos, salarios y prestaciones de los

empleados que hacen posible la fabricación de los productos. Ambos elementos representan los costos directos en la producción.

El tercer elemento del costo de producción es el costo indirecto o costo general de fabricación, que no se relaciona en forma directa con la elaboración del producto, por ejemplo: renta, agua, energía eléctrica, impuesto predial, mantenimiento de maquinaria, sueldo de personal de oficina (mano de obra indirecta), publicidad, papelería, depreciación de mobiliario y equipo y otros.

**COSTOS:** Los costos serán de Materia Prima, Mano de Obra y Cargos Indirectos que en el proceso de fabricación se utilizarán.

La **MATERIA PRIMA** representa el 50 % del costo total de las prendas debido a que los costos de los materiales son los siguientes:

Materia Prima	Cantidad	Precio	IVA	Precio + IVA
Licra (spandex)	870 mts.	\$3,043.48	\$456.52	\$3,500.00
Tela algodón 100 %	210 mts.	\$782.61	\$117.39	\$900.00
Tela nylon stretch	150 mts.	\$3,913.04	\$586.96	\$4,500.00
Hilo de poliéster	23,000 mts.	\$2.17	\$0.33	\$2.50
Elásticos	100 mts	\$26.96	\$4.04	\$31.00
Accesorios o estampados	100 pzas.	\$21.74	\$3.26	\$25.00
Broches de metal	100 pzas.	\$167.39	\$25.11	\$192.50

Para la fabricación de una pantaleta, brassiere y pijama se requieren distintos materiales, los cuales se enlistan a continuación:

PANTALETA	
1 mts de tela de algodón	\$4.28
½ carrete de hilo	1.25
Accesorio o estampado	.25
2mts. Elástico	.62
Total	\$6.40

BRASSIERE	
50 cm tela de algodón, + 1 mts de tela licra se hace una prenda	\$2.142 algodón +\$4.02licra= \$6.16
1 carrete de hilo	2.5

7 Accesorios y estampado	2.00
3 ½ mts. Elástico	1.085
2 Broches	1.925
Total	\$13.67

PIJAMA (Short y playera)	
2 ½ mts de tela de algodón	\$10.71
2 ½ carretes de hilo	6.25
4 estampado	1
1.5 mts. Elástico	.465
Total	\$18.43

La MANO DE OBRA representa el 30% del total de los costos, esta es tanto directa como indirecta, así incluimos los sueldos y salarios, por \$409,600.00 además de las diferentes prestaciones de seguridad social que asciende a \$81,920.00 por lo que nuestra nómina mensual es de \$491,520.00 en la cual se fabrican 128,000 prendas mensuales; y las de exportación van a ser 50,000 pantaletas, 2000 brassieres, 2000 pijamas; entonces vamos a prorratear el costo de la mano de obra por las 54,000 prendas que vamos a exportar así:

El resultado es \$192,000.00 para la fabricación de las 50,000 prendas que se van al extranjero, por lo que el costo es de 3.84 por pantaleta. En los brassieres el costo de la mano de obra por las 2000 prendas es de \$16,404.00 debido a que la colocación de los accesorios requiere un poco más de tiempo que una pantaleta que es nuestro producto estrella, por lo que el costo por pieza es de \$8.202, en cuanto a las pijamas, por las 2000 prendas es de \$22,116.00 y el costo por prenda es 11.058, de igual manera por el tiempo al que se dedica cada prenda.

Los CARGOS INDIRECTOS son todos aquellos que no tienen que ver directamente con la fabricación del producto, pero sin embargo contribuyen a tenerlo como lo es la luz, el teléfono, el agua, el gas, entre otros, por lo cual este representa el 20% del costo total de las prendas por lo que mensualmente se paga \$284,939.13 más IVA lo que nos da un total mensual de \$327,680.00 por estos conceptos; de la totalidad de la producción que son alrededor de 128,000 prendas, las de exportación que son 50,000 pantaletas, 2000 brassieres y 2000 pijamas; se pagarán \$128,000.00 pesos por concepto de pantaletas y

\$10,936.00 por la fabricación de los brassieres y \$14,744.00 por las pijamas; el costo de cargos indirectos por pantaleta es de 2.56, 5.468 por brassiere y 7.372 por pijama.

El MARGEN DE UTILIDAD: El Margen de Utilidad va a ser del 17% sobre costo de Producción Total, este porcentaje se fijo de conformidad con los accionistas de la empresa.

En la siguiente tabla observamos los costos reales de la fabricación de cada prenda para cubrir el objetivo de exportar 50,000 pantaletas, 2000 brassieres y 2000 pijamas; así como lo que nos cuesta la logística para hacerla llegar al cliente:

Concepto		Pantaleta 50,000	Brassiere 2,000	Pijamas 2,000	Total de exportación
Materias primas (Directas e Indirectas) (50%)	Tela, Broches, Estampados, Hilos	\$6.40	\$13.67	\$18.43	\$384,200
Mano de Obra (directa e indirecta) (30%)	90 personas	\$3.84	\$8.202	\$11.058	\$230,520
Cargos indirectos (20%)	Pago de Luz, gas, agua, etc.	\$2.56	\$5.468	\$7.372	\$153,680
Costo de Producción	MP + MO + Ci = CP	\$12.80	\$27.34	\$36.86	\$768,400
Utilidad Deseada	17%	\$2.18	\$4.65	\$6.27	\$130,628
Precio de Venta		\$15.00	\$32.00	\$43.13	\$899,028

COSTOS DE EXPORTACIÓN: 50,000 Piezas de pantaletas que se espera colocar mensualmente, para lo cual se requiere cubrir con los Costos de Embalaje, y básicamente, Transporte y Trámites de Exportación para lo cual utilizaremos los INCOTERM de EXW y DDP para tener un costo real de lo que es enviar la mercancía al extranjero .

Para el embalaje se requiere de Cajas de cartón las cuales tienen la finalidad de proteger los productos a la hora de transportar e incluyen aspectos del manejo de mercancía, dimensiones, formas de acomodo, y en general un instructivo de seguridad para su manejo; a continuación se presenta un cuadro donde explica el número de cajas que se requieren para transportar las 50,000 piezas del producto, por lo que la cantidad de productos totales

es de 50,000. Y donde el INCOTERM a utilizar es Punto de origen o lugar convenido donde el vendedor sólo es responsable del embalaje, y todo el demás proceso de exportación corre a cuenta del comprador.

Concepto	Cantidad de prendas que caben por cada caja	Cajas	Costo * caja (\$13.04+IV A= \$15.00)	EXW
Pantaleta (50,000)	200 pzas.	250	\$3,750.00	\$.075
Brassiere (2,000)	130	15	\$225.00	\$.1125
Pijama (2,000)	130	15	\$225.00	\$.1125
			\$4,200.00	

TOTAL

Pero se debe contar con la posibilidad de que el cliente requiera la mercancía en el lugar de destino por lo que el INCOTERM cambia ya que este entrega la mercancía con impuestos pagados en el lugar de destino, este INCOTERM incluye todos los trámites de exportación, así como los impuestos y seguros que se requiera, excepto el costo del descargue de la mercancía, esta puede viajar en cualquier medio de transporte, ya sea marítimo, aéreo, o terrestre, este es DDP.

En la siguiente tabla se explicaran las variaciones en los costos de la entrega de la mercancía en el extranjero según el INCOTERM que se utilice, es por ello que en la última columna nos dice total por INCOTERM, ya que esta nos dará la suma de los compromisos que se adquieran según el INCOTERM, por lo que es bueno conocer los compromisos y costos que se adquieren según el lugar y condiciones predispuestas por el cliente para la entrega de sus mercancías.

Por el tipo de mercancía que se va a exportar los aranceles tienen tasa 0 ya que de acuerdo al Tratado de Libre Comercio el ramo de textiles en su apartado de artículos de algodón se clasifica en el nivel a lo que quiere decir que se desgravo por completo el arancel desde el 1 de Enero de 1994.

Los INCOTERM a utilizar son exclusivamente por transporte terrestre ya que por el tipo de mercancía y para efectos de ejemplificar cuales son los costos que implican, son más sencillos de manejar. La compañía que se eligió para el envío de mercancías es Transportes EASO S.A DE C.V. que se encuentra ubicado en, Km. 33.5 Ant. Carretera México Tepetzotlán, Col. San Mateo Iztacalco, Cuautitlán Edo. de México, CP. 54840 Conm: 58-99-88-00 Fax: 58-99-88-91, y los cuales nos dieron el presupuesto de \$11,000 más IVA, por llevar nuestra mercancía de la Ciudad de México a la aduana de Tijuana, ubicada en Línea Internacional S/N Fraccionamiento Mesa de Otay, C.P. 22509 Tijuana, B.C. Teléfonos: (01 664) 6 24 22 30 / 6 24 22 00, por lo que en este lugar se utilizará un agente aduanal que será el encargado de pasar la mercancía de la aduana, hacer los trámites correspondientes y conseguir el transporte, el cual nos cobrará \$3,000 y este llevará la mercancía al destino final que es a una bodega de nuestro cliente.

El Precio de Venta incluyendo el costo según INCOTERM por prenda es el siguiente:

EXW En fábrica y lugar convenido. Se refiere a que cumplimos con colocar la mercancía en el embalaje, lista para poner a disposición del comprador y pase a recogerla. Por tanto, no se es responsable, ni tiene obligación sobre la carga a vehículos, este INCOTERM sólo se encarga del embalaje y de informar al cliente donde y a qué hora puede recoger su mercancía.

Concepto	Pantaleta 50,000	Brassiere 2,000	Pijamas 2,000	Total de exportación
Precio de Venta	\$15.00	\$32.00	\$43.13	\$899,028
Embalaje (EXW México D.F.)	\$.075	\$.1125	\$.1125	\$4,200
Costo	\$15.055	32.1025	\$43.24	\$903,228

FCA. Franco Transportista y lugar convenido. Se refiere a que se ha cumplido con las obligaciones cuando se ha depositado la mercancía ya despachada en la aduana para la exportación, a cargo del transportista nombrado por el comprador, en el lugar o punto fijado para ello.

	Concepto	Pantaleta 50,000	Brassiere 2,000	Pijamas 2,000	Total de exportación
	Precio de Venta	\$15.0	\$32.0	\$43.13	\$899,028

(+)	Embalaje (EXW México D.F.)	\$.075	\$.1125	\$.1125	\$4,200
(+)	Carga en el almacén de salida	\$.05	\$.05	\$.05	\$2,500
(+)	Envío a la zona de grupaje	0	0	0	0
(+)	FCA Trámites aduaneros (México D.F.)	0	0	0	0
(=)	Precio de Venta Total	\$15.1241	\$32.1241	43.2541	\$905,728

CPT. Transporte pagado hasta lugar de destino convenido. Se entrega la mercancía en el lugar convenido y hace el despacho aduanal de exportación, pero no el de importación. La responsabilidad del vendedor termina en cuanto el bien se entrega al primer transportista.

	Concepto	Pantaleta 50,000	Brassiere 2,000	Pijamas 2,000	Total de exportación
	Precio de Venta	\$15.0	\$32.0	\$43.13	\$899,028
(+)	FCA (México D.F.)	\$.1241	\$.1241	\$.1241	\$6,700
(+)	Paso por terminal de salida	0	0	0	0
(+)	CPT (D.F. – Tijuana)	\$0.2342	\$0.2342	\$0.2342	\$12,650
(=)	Precio de Venta Total	\$15.3585	\$32.3583	\$43.488	\$918,378

CIP. Transporte y Seguro pagado hasta lugar de destino convenido. Se contrata y paga transporte principal y además el seguro, al igual que en el término CPT. Nuestra responsabilidad termina cuando los bienes han sido entregados al primer transportista.

	Concepto	Pantaleta 50,000	Brassiere 2,000	Pijamas 2,000	Total de exportación
	Precio de Venta	\$15.0	\$32.0	\$43.13	\$899,028
(+)	FCA (México D.F.)	\$.1241	\$.1241	\$.1241	\$6,700
(+)	CPT (D.F. – Tijuana)	\$0.3583	\$0.3583	\$0.3583	\$19,350
(+)	CIP (D.F. – Tijuana)	\$.0555	\$.0555	\$.0555	\$3,000
(=)	Precio de Venta Total	\$15.4139	\$32.4139	\$43.54	\$921,378

DAF. Entregada en Frontera y lugar convenido. Se entrega la mercancía en la frontera y se hace el despacho aduanal de exportación, pero no el de importación.

	Concepto	Pantaleta 50,000	Brassiere 2,000	Pijamas 2,000	Total de exportación
	Precio de Venta	\$15.0	\$32.0	\$43.13	\$899,028
(+)	DAF Transporte internacional principal y seguro de transporte (México Frontera)	\$.2690	\$.2690	\$.2690	\$14,525
(=)	Precio de Venta Total	\$15.2690	\$32.2690	\$43.399	\$913,553

DDU. Entregada derechos no pagados y en el lugar de destino convenido, donde se asume el riesgo hasta el punto de destino, y el comprador asume los costos de impuestos y trámites aduanales de importación.

	Concepto	Pantaleta 50,000	Brassiere 2,000	Pijamas 2,000	Total de exportación
	Precio de Venta	\$15.0	\$32.0	\$43.13	\$899,028
(+)	FCA (México D.F.)	\$.1241	\$.1241	\$.1241	\$6,700
(+)	CPT (D.F. – Tijuana)	\$0.234	\$0.234	\$0.234	\$12,650
(+)	CIP (D.F. – Tijuana)	\$.0555	\$.0555	\$.0555	\$3,000
(+)	DDU Trámites aduaneros – envío a fabrica destino (Los Ángeles)	\$.0555	\$.0555	\$.0555	\$3,000
(=)	Precio de Venta Total	15.4696	\$32.4694	\$43.599	\$924,378

DDP. Entregada derechos pagados en el lugar de destino convenido a disposición del comprador, con todos los gastos pagados.

	Concepto	Pantaleta 50,000	Brassiere 2,000	Pijamas 2,000	Total de exportación
	Precio de Venta	\$15.0	\$32.0	\$43.13	\$899,028
(+)	DDP Tasas y derechos Envío a la fábrica destino (Los Ángeles)	\$.506	\$.506	\$.506	\$27,350
(=)	Precio de Venta Total	\$15.506	\$32.506	\$43.636	\$926,378



## Financiamiento

En muchas ocasiones, los negocios no cuentan con buena liquidez para desarrollar proyectos o realizar actividades prioritarias para poder tener la posibilidad de crecer, y debido a que la empresa no presenta buena liquidez en sus operaciones y trabaja con el límite de efectivo, esta se ve en la necesidad de pedir financiamiento para exportar por lo menos el primer mes; esto sólo para cubrir los costos de la fabricación y exportación; ya que actualmente se pueden buscar programas vinculados con la banca de desarrollo o la propia secretaría de Economía, donde el acceso y la mejora en condiciones dadas las facilidades de estos organismos hacia las instituciones financieras, ayudan a las PyMEs en sus solicitudes de crédito; es importante por lo tanto valorar las condiciones que cada institución ofrece y si estas son accesibles a la empresa, los puntos importantes a analizar son las tasas, plazos, garantías etc. por lo que en el caso de esta empresa una vez ya evaluados estos aspectos se concluye que el crédito que se solicitará será de Bancomext, ya que tanto los plazos como las condiciones de préstamo son adecuadas para desarrollar nuestros productos y a manera general dar el movimiento de capital que requerimos para exportar. Por lo que el programa más adecuado a nuestras necesidades de crédito es CREDIEXPORTA “CAPITAL DE TRABAJO” debido a que los pagos del cliente van a ser con carta de crédito irrevocable, esto para asegurar que el banco emisor se comprometa de forma definitiva a pagarnos la totalidad de las mercancías.

Se busca que se financie 1 mes de exportaciones ya que para iniciar operaciones en el extranjero, requerimos comenzar a posicionar la marca, por lo que dependiendo de la negociación con el cliente requeriremos un financiamiento de \$800,000.00m.n. esto para cubrir el costo de producción y exportación.

Crédito: \$800,000.00 m.n.

Plazo: 12 Meses

Tasa fija: 14%

Para: Costo de Producción y exportación.

La siguiente tabla de amortización incluye el pago de IVA en los intereses, ya que la totalidad del pago de crédito se dará a un año.

Meses	Saldo Inicial	Capital	Intereses	IVA	Pago
1	\$ 800,000.00	\$ 62,496.36	\$ 8,115.94	\$ 1,217.39	\$ 71,829.69
2	\$ 737,503.64	\$ 63,225.48	\$ 7,481.92	\$ 1,122.29	\$ 71,829.69
3	\$ 674,278.16	\$ 63,963.11	\$ 6,840.50	\$ 1,026.08	\$ 71,829.69
4	\$ 610,315.05	\$ 64,709.35	\$ 6,191.60	\$ 928.74	\$ 71,829.69
5	\$ 545,605.70	\$ 65,464.29	\$ 5,535.13	\$ 830.27	\$ 71,829.69
6	\$ 480,141.41	\$ 66,228.04	\$ 4,871.00	\$ 730.65	\$ 71,829.69
7	\$ 413,913.37	\$ 67,000.70	\$ 4,199.12	\$ 629.87	\$ 71,829.69
8	\$ 346,912.67	\$ 67,782.38	\$ 3,519.40	\$ 527.91	\$ 71,829.69
9	\$ 279,130.29	\$ 68,573.17	\$ 2,831.76	\$ 424.76	\$ 71,829.69
10	\$ 210,557.12	\$ 69,373.19	\$ 2,136.09	\$ 320.41	\$ 71,829.69
11	\$ 141,183.93	\$ 70,182.54	\$ 1,432.30	\$ 214.85	\$ 71,829.69
12	\$ 71,001.39	\$ 71,001.34	\$ 720.30	\$ 108.05	\$ 71,829.69

Se venderá la mercancía a una empresa dedicada a la venta de toda clase de ropa, la cual eligió nuestra empresa por la calidad y el servicio que se ofrece, y debido a que nuestras entregas de mercancía van a ser mensuales, se le venderá con carta de crédito rotativa no acumulativa donde se especificará que los pagos serán en dólares por lo que nos pagaran mensualmente serán 83,914 dls. Y al cubrir el pago de la carta de crédito automáticamente se abrirá otra hasta completar 12 meses, donde se dará por terminado el contrato de compra venta internacional y donde se volverá a negociar los términos de las ventas para el siguiente año por lo que el flujo de efectivo durante la exportación de ropa va a ser el siguiente:

Flujo de efectivo del 1 de Diciembre del 2006 al 31 de Diciembre del 2007

	Diciembre	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo
Efectivo Inicial	\$0.00	\$29,295.22	\$52,818.57	\$75,562.26	\$90,586.31	\$157,785.03
(+) Préstamo BANCOMEXT	\$800,000.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
(+) Pago de Cliente	\$0.00	\$921,378.00	\$921,378.00	\$921,378.00	\$921,378.00	\$921,378.00
(+) Devolución de IVA	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$52,310.87	\$53,528.26
(=) Efectivo Disponible	\$800,000.00	\$950,673.22	\$974,196.57	\$996,940.26	\$1,064,275.18	\$1,132,691.29
(-) Costo de Producción	\$659,821.74	\$659,821.74	\$659,821.74	\$659,821.74	\$659,821.74	\$659,821.74
(-) Gastos de Distribución	\$20,152.17	\$20,152.17	\$20,152.17	\$20,152.17	\$20,152.17	\$20,152.17
(-) Util. o perd. tipo de cambio	\$0.00	-\$1,678.28	-\$839.14	\$0.00	\$839.14	\$1,678.28
(-) Intereses	\$0.00	\$8,115.94	\$7,481.92	\$6,840.50	\$6,191.60	\$5,535.13
(-) Aportaciones seguridad social	\$38,420.00	\$38,420.00	\$38,420.00	\$38,420.00	\$38,420.00	\$38,420.00
(-) ISR del mes	\$0.00	\$56,998.47	\$56,938.98	\$56,881.64	\$56,826.47	\$56,773.50
(-) IVA	\$52,310.87	\$53,528.26	\$53,433.16	\$53,336.95	\$53,239.61	\$53,141.14
(-) Acreedores Diversos (BANCOMEXT)	\$0.00	\$ 62,496.36	\$ 63,225.48	\$ 70,900.95	\$ 70,999.42	\$ 71,099.04
(=) Efectivo Final	\$29,295.22	\$52,818.57	\$75,562.26	\$90,586.31	\$157,785.03	\$226,070.29

	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre
Efectivo Inicial	\$226,070.29	\$288,772.91	\$358,408.88	\$427,237.34	\$497,050.14	\$568,447.62
(+) Préstamo BANCOMEXT	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
(+) Pago de Cliente	\$921,378.00	\$921,378.00	\$921,378.00	\$921,378.00	\$921,378.00	\$921,378.00
(+) Devolución de IVA	\$53,433.16	\$53,336.95	\$53,239.61	\$53,141.14	\$53,041.52	\$52,940.74
(=) Efectivo Disponible	\$1,200,881.45	\$1,263,487.86	\$1,333,026.49	\$1,401,756.48	\$1,471,469.66	\$1,542,766.36
(-) Costo de Producción	\$659,821.74	\$659,821.74	\$659,821.74	\$659,821.74	\$659,821.74	\$659,821.74
(-) Gastos de Distribución	\$20,152.17	\$20,152.17	\$20,152.17	\$20,152.17	\$20,152.17	\$20,152.17
(-) Util. o perd.tipo de cambio	\$10,069.70	\$839.14	\$2,517.43	\$1,678.28	\$0.00	-\$15,104.56
(-) Intereses	\$4,871.00	\$4,199.12	\$3,519.40	\$2,831.76	\$2,136.09	\$1,432.30
(-) Aportaciones seguridad social	\$38,420.00	\$38,420.00	\$38,420.00	\$38,420.00	\$38,420.00	\$38,420.00
(-) ISR del mes	\$54,532.58	\$57,404.29	\$57,114.71	\$57,557.47	\$58,245.92	\$62,830.34
(-) IVA	\$53,041.52	\$52,940.74	\$52,838.78	\$52,735.63	\$52,631.28	\$52,525.72
(-) Acreedores Diversos (BANCOMEXT)	\$ 71,199.82	\$ 71,301.78	\$ 71,404.93	\$ 71,509.28	\$ 71,614.84	\$ 71,721.64
(=) Efectivo Final	\$288,772.91	\$358,408.88	\$427,237.34	\$497,050.14	\$568,447.62	\$650,967.00

	Diciembre
Efectivo Inicial	\$650,967.00
(+) Préstamo BANCOMEXT	\$0.00
(+) Pago de Cliente	\$921,378.00
(+) Devolución de IVA	\$52,838.78
(=) Efectivo Disponible	\$1,625,183.78
(-) Costo de Producción	\$659,821.74
(-) Gastos de Distribución	\$20,152.17
(-) Util. o perd.tipo de cambio	-\$2,517.43
(-) Intereses	\$720.30
(-) Aportaciones seguridad social	\$38,420.00
(-) ISR del mes	\$59,386.55
(-) IVA	\$52,418.92
(-) Acreedores Diversos (BANCOMEXT)	\$ 71,829.69
(=) Efectivo Final	\$724,951.84

Es importante mencionar que para la elaboración del flujo de efectivo y con relación a los pagos que el cliente en Estados Unidos nos hará con una carta de Crédito esta se fijo con

pagos de 83,914 Dls. Por o que el Tipo de Cambio se estima mes con mes en la siguiente tabla:

	DICIEMBRE	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO
Tipo de cambio	\$10.98	\$10.96	\$10.97	\$10.98	\$10.99	\$11.00
Peso Mexicano	\$921,378.00	\$919,699.72	\$920,538.86	\$921,378.00	\$922,217.14	\$923,056.28
Util. o perd. X tipo de cambio	\$0.00	-\$1,678.28	-\$839.14	\$0.00	\$839.14	\$1,678.28

	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
Tipo de cambio	\$11.10	\$10.99	\$11.01	\$11.00	\$10.98	\$10.80	\$10.95
Peso Mexicano	\$931,447.70	\$922,217.14	\$923,895.43	\$923,056.28	\$921,378.00	\$906,273.44	\$918,860.57
Util. o perd. X tipo de cambio	\$10,069.70	\$839.14	\$2,517.43	\$1,678.28	\$0.00	-\$15,104.56	-\$2,517.43

En el flujo de efectivo anterior se puede observar de que manera contribuye el préstamo de BANCOMEXT a las operaciones normales de la empresa, así como de que forma estaremos amortizando el préstamo; por lo que las ventas mensuales que tendremos y los pagos que nos realizarán colaboran a que poco a poco la empresa sea autosuficiente y tenga liquidez para pagar gastos inmediatos que no eran posibles hacer antes de el financiamiento; de esta manera si se continúan las operaciones para exportar ya seremos capaces de afrontar los gastos sin necesidad de volver a pedir créditos.

El objetivo de este crédito es poder hacerse llegar de recursos sin necesidad de endeudarse en exceso o no cumplir con nuestros compromisos, lo que nos llevaría a salir del mercado y desaparecer.

El Estado de Resultados derivado de las operaciones antes descritas es el siguiente, en el cual se describe detalladamente los pagos ya incluidos en los costos mensuales por cada operación de la empresa.

Estado de Resultados del 1 de Diciembre del 2006 al 1 de Diciembre del 2007

	Diciembre	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo
Pago de cliente	\$0.00	\$921,378.00	\$921,378.00	\$921,378.00	\$921,378.00	\$921,378.00
(-) Costo de producción	\$659,821.74	\$659,821.74	\$659,821.74	\$659,821.74	\$659,821.74	\$659,821.74
(-) Gastos de distribución	\$20,152.17	\$20,152.17	\$20,152.17	\$20,152.17	\$20,152.17	\$20,152.17
(-) Intereses	\$0.00	\$8,115.94	\$7,481.92	\$6,840.50	\$6,191.60	\$5,535.13
(-/+) Gastos o prod.x tipode cambio	\$0.00	-\$1,678.28	-\$839.14	\$0.00	\$839.14	\$1,678.28
(-) Aportaciones seguridad social	\$38,420.00	\$38,420.00	\$38,420.00	\$38,420.00	\$38,420.00	\$38,420.00
(=) Utilidad bruta	-\$718,393.91	\$196,546.43	\$196,341.31	\$196,143.59	\$195,953.35	\$195,770.68
(*) Tasa ISR	0%	29%	29%	29%	29%	29%
(-) ISR del mes	\$0.00	\$56,998.47	\$56,938.98	\$56,881.64	\$56,826.47	\$56,773.50
(=) UTILIDAD NETA	-\$718,393.91	\$139,547.97	\$139,402.33	\$139,261.95	\$139,126.88	\$138,997.18

	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Pago de cliente	\$921,378.00	\$921,378.00	\$921,378.00	\$921,378.00	\$921,378.00	\$921,378.00	\$921,378.00
(-) Costo de producción	\$659,821.74	\$659,821.74	\$659,821.74	\$659,821.74	\$659,821.74	\$659,821.74	\$659,821.74
(-) Gastos de distribución	\$20,152.17	\$20,152.17	\$20,152.17	\$20,152.17	\$20,152.17	\$20,152.17	\$20,152.17
(-) Intereses	\$4,871.00	\$4,199.12	\$3,519.40	\$2,831.76	\$2,136.09	\$1,432.30	\$720.30
(-/+) Gastos o prod.x tipode cambio	\$10,069.70	\$839.14	\$2,517.43	\$1,678.28	\$0.00	-\$15,104.56	-\$2,517.43
(-) Aportaciones seguridad social	\$38,420.00	\$38,420.00	\$38,420.00	\$38,420.00	\$38,420.00	\$38,420.00	\$38,420.00
(=) Utilidad bruta	\$188,043.39	\$197,945.83	\$196,947.26	\$198,474.05	\$200,848.00	\$216,656.35	\$204,781.22
(*) Tasa ISR	29%	29%	29%	29%	29%	29%	29%
(-) ISR del mes	\$54,532.58	\$57,404.29	\$57,114.71	\$57,557.47	\$58,245.92	\$62,830.34	\$59,386.55
(=) UTILIDAD NETA	\$133,510.80	\$140,541.54	\$139,832.56	\$140,916.57	\$142,602.08	\$153,826.01	\$145,394.66

	Total por la operación
Pago de cliente	\$11,056,536.00
(-) Costo de producción	\$8,577,682.62
(-) Gastos de distribución	\$261,978.21
(-) Intereses	\$53,875.06
(-/+) Gastos o prod.x tipode cambio	-\$2,517.43

(-)	Aportaciones seguridad social	\$499,460.00
(=)	Utilidad bruta	\$1,666,057.54
(*)	Tasa ISR	29%
(-)	ISR del mes	\$691,490.92
(=)	UTILIDAD NETA	\$974,566.62

De esta manera se da por concluido el proyecto que con colaboración de BANCOMEXT y con la utilidad obtenida por la operación de esta venta, se puede asegurar un respaldo para que en un futuro se continúe exportando mercancía, y de este modo esta PyME pueda dar a conocer sus productos en el extranjero y lograr posicionar más productos mexicanos en Estados Unidos.

#### 4.6 Documentos y Trámites para la Exportación de Ropa de Algodón

Bajo el amparo del Tratado de Libre Comercio con América del Norte (TLCAN), la exportación de Textiles no requiere de algún trámite en especial debido a que se trata de productos de consumo básico y donde la exportación y el transporte de mercancías requiere básicamente de que “el exportador mexicano debe considerar que su producto esta 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. Los documentos principales que se deben presentar por el exportador son los siguientes:

- Factura Comercial
- Lista de empaque
- Documento de transporte
- Seguro de transporte de carga
- Pedimento de exportación
- Certificado de Origen

Estos documentos los deben proporcionar el exportador, incluyendo la Carta encomienda, mediante la cual, bajo protesta de decir verdad, instruye al agente aduanal para que realice

el despacho aduanero (trámite de salida de mercancías de territorio nacional) en forma clara y precisa.”<sup>57</sup>

La factura Comercial se debe presentar en original y seis copias, con firma original en español o en inglés, y debe contener la aduana de salida, y lugar de entrada, el nombre o razón social del exportador y su dirección, nombre o razón social del importador o consignatario, descripción detallada de la mercancía, precio, unidad monetaria y lugar y fecha de expedición. (ver **Anexo 4**)

La lista de empaque contiene los datos de cada uno de los bultos y estos deben coincidir fielmente con la factura, de igual forma se realiza en original y seis copias. (ver **Anexo 5**)

En el documento de transporte se indica cuando la mercancía se ha embarcado, con que destino y en qué condiciones, este documento compromete al transportista a entregar la mercancía en el lugar convenido y se le llama de distintas maneras según el medio de transporte, ya sea Guía aérea, Conocimiento de embarque, Talón de embarque, o Carta Porte en el caso de transporte terrestre que va a ser el caso de nuestra mercancía. Esta debe coincidir fielmente con los datos aportados por la factura y la Lista de empaque, y también se hace en original y seis copias. (ver **Anexo 6**)

El seguro de transporte de carga se contrata para prever daños o pérdidas por siniestros que le ocurran a la mercancía en tránsito al lugar de destino

El pedimento de exportación es un documento que debe estar aprobado por la SHCP ante la aduana correspondiente, por medio de un agente o apoderado aduanal, y se debe hacer acompañar por la factura comercial, y los documentos que acrediten que se cumplen con las regulaciones arancelarias y no arancelarias. (ver **Anexo 7**)

---

<sup>57</sup> Flores Paredes Joaquín, El Contexto del Comercio Exterior de México. Retos y Oportunidades en el Mercado Global, UNAM Facultad de Estudios Superiores Cuautitlán 2001 p.138-139

En el caso de exportación a Estados Unidos de Textiles y artículos confeccionados, se debe hacer un certificado de origen en el cual se mencione que son bienes originarios de México por lo cual no se incumple el Tratado de Libre Comercio. (ver **Anexo 8**)

#### Contrato de Compra - Venta Internacional

El contrato de Compra venta internacional es de suma importancia para definir la forma de pago de las diferentes operaciones que se realicen a o largo de las relaciones mercantiles entre la empresa Confecciones de la Flor y la empresa que nos va a comprar en el extranjero. Por lo que a continuación se presentará el contrato.

*Este contrato de COMPRA-VENTA se celebra por una parte la empresa “Confecciones de la Flor S.A. de C.V. representada en este acto por Everardo Rodríguez Villa y por la otra la empresa K-Mart R.L. representada por Jhony Kent a quienes en lo sucesivo se les denominará "El vendedor" y "El comprador" respectivamente de acuerdo con las siguientes declaraciones y cláusulas:*

#### DECLARACIONES

##### DECLARA "EL VENDEDOR"

*I. Que es una sociedad legalmente constituida de conformidad con las leyes de los Estados Unidos Mexicanos según consta en la escritura numero 102584 y el certificado de la Cámara de Comercio del Distrito Federal.*

*II. Que dentro del objeto social se encuentran entre otras actividades, la confección y maquila de toda clase de prendas y artículos de vestir, así como accesorios de los mismos, y la compra – venta, comisión, consignación, importación, exportación, distribución y en general el ejercicio del comercio en todas sus formas.*

*III. Que cuenta con la capacidad, conocimientos, experiencia y personal adecuado para realizar las actividades a que se refiere la declaración que antecede.*

*IV Que el señor Everardo Rodríguez Villa es su legítimo representante y en consecuencia se encuentra debidamente facultado para suscribir el presente instrumento y obligar a su representada en los términos del mismo.*

*V Que tiene su domicilio en Pisagua 1115 Delegación Gustavo A. Madero México D.F. mismo que señala para todos los efectos legales a que haya lugar.*

##### DECLARA EL COMPRADOR:



*I Que es una empresa constituida de acuerdo con las leyes de Estados Unidos Americanos la y que se dedica entre otras actividades a la comercialización e importación de los productos a que refiere la declaración II de "El vendedor"*

*II. Que conoce las características y especificaciones de los productos objeto del presente contrato.*

*III. Que el Señor Jhony Kent es su legítimo representante y esta facultado para suscribir este contrato.*

*IV. Que tiene su domicilio en Calle 625 South Los Ángeles Street Los Ángeles California U.S.A., C.P. 90014, mismo que señala para todos los efectos legales a que haya lugar.*

**AMBAS PARTES DECLARAN:**

*Que tienen interés en realizar las operaciones comerciales a que se refiere el presente contrato, de conformidad con las anteriores declaraciones y así al tenor de las siguientes:*

**CLÁUSULAS.**

*PRIMERA. OBJETO DEL CONTRATO.- Por medio de este instrumento "El vendedor" se obliga a vender y "El comprador" a adquirir mensualmente y durante 12 meses mercancía elaborada en México Distrito Federal la cual consta de 50,000 piezas de pantaletas de distintas tallas (Chica, Mediana, Grande y Extragrande) y en colores (Azul, Blanca, Amarillo y Rosa), y 2000 piezas de Brassieres en color blanco, negro y beige con tallas (32,34,36,38 y 40), además de 2000 pijamas las cuales constan de dos piezas cada una con tallas (Chica, Mediana y Grande) en color blanco; las cuales son una playera y un short de algodón 100%; todos los anteriores elaborados con materiales de alta calidad y diseños exclusivos e innovadores.*

*SEGUNDA.- PRECIO. El precio de los productos objeto de éste contrato que "El comprador" se compromete a pagar será la cantidad de 1.40 dls. por Pantaleta, 2.95 dls. por Brassiere y 3.96 dls. por Pijama, todo esto en Dólares Norteamericanos CIP Tijuana según INCOTERMS 2000 CCI. Por lo que el importe total mensual será de 83,933.61 dls. Ambas partes se comprometen a renegociar el precio antes pactado, cuando éste sea afectado por variaciones en el mercado internacional o por condiciones económicas, políticas y sociales extremas en el país de origen o en el de destino, en perjuicio de las partes.*

*TERCERA. FORMA DE PAGO.- "El comprador" se obliga a pagar a "el vendedor" el precio pactado en la cláusula anterior, mediante Carta de Crédito Rotativa no acumulativa, contra entrega de los siguientes documentos: Factura Comercial, Lista de empaque, Documento de transporte, Seguro de transporte de carga, Pedimento de exportación y Certificado de origen. De conformidad con lo pactado en el párrafo anterior, "El comprador", se compromete a realizar las gestiones correspondientes, a fin*

*de que se realicen los trámites necesarios para su cancelación en las condiciones señaladas.*

*Los gastos que se originen por la apertura y manejo de la carta de crédito o sistema de pago convenido serán por cuenta de "El comprador". De igual forma a la firma del presente contrato se acuerda para iniciar operaciones de la empresa vendedora que la carta se encuentre con los siguientes requisitos:*

- *Nombre, dirección y razón social del beneficiario de la carta que en este caso es el Vendedor "Confecciones de la Flor S.A. de CV."*
- *Nombre y dirección del representante legal para este tipo de operaciones de la empresa.*
- *Nombre completo del banco emisor; así como su representante legal.*
- *El importe de las Cartas en dólares, Fecha de vencimiento.*
- *Los documentos que se entregarán a la presentación de la mercancía y contra entrega de la carta. Condiciones de la venta según INCOTERM 2000*
- *Descripción y Clasificación de la mercancía.*
- *El valor de la Carta de crédito en número y letra, mencionando que es rotativa no acumulativa a 12 meses; en la cual el comprador manifiesta su acuerdo, por lo cual la carta de crédito se apegará a las condiciones del presente contrato.*

*CUARTA. ENVASE Y EMBALAJE DE LAS MERCANCÍAS.- " El vendedor" se obliga a entregar las mercancías objeto de este contrato, en el lugar señalado en la cláusula segunda, cumpliendo con las especificaciones siguientes: El etiquetado contiene información general de cómo se debe manejar el producto, cada uno de los cuales tiene una etiqueta del material con que fue elaborado y algunas recomendaciones para su cuidado y conservación, así como su país de origen, las prendas se encuentran empacadas con caja la cual contiene una lista de empaque y de igual manera recomendaciones de su utilización como es que no se exponga a la humedad, debido a que las prendas se pueden ensuciar e inclusive se lesione el estado natural de la prenda.*

*QUINTA. FECHA DE ENTREGA. "El vendedor se obliga a entregar las mercancías a que se refiere este contrato dentro de los 30 días, contados a partir de la fecha de confirmación por escrito del pedido y convenido el sistema de pago previsto en la cláusula tercera.*

*SEXTA. PATENTES Y MARCAS. "El vendedor" declara y " El comprador" reconoce que los productos objeto de este contrato se encuentran debidamente registrados al amparo de la patente No. 2565, "Confecciones de la Flor", por lo cual el comprador se compromete a hacer buen uso de esta. Así mismo "El comprador" se compromete a notificar al "Vendedor", tan pronto tenga conocimiento, de cualquier violación o uso indebido de dicha patente o marca, a fin de que "el vendedor" pueda ejercer los derechos que legalmente le correspondan.*

*SÉPTIMA. IMPUESTOS. Ambas partes se encuentran de acuerdo que debido a que el INCOTERM a utilizar es CIP EL Transporte y Seguro se encuentra pagado hasta lugar de destino convenido que en este caso es Tijuana, donde se contrata y paga transporte principal y además el seguro, pero la responsabilidad del "Vendedor" termina cuando los*

bienes han sido entregados al primer transportista; por lo que los impuestos de importación se encuentran a cargo de "El Comprador".

*OCTAVA. VIGENCIA DEL CONTRATO. Ambas partes convienen que una vez "El vendedor" haya entregado la totalidad de la mercancía convenida en la cláusula primera, y "El comprador " haya cumplido con cada una de las obligaciones estipuladas en el presente instrumento, se da por terminado.*

*NOVENA. RESCISIÓN POR INCUMPLIMIENTO. Ambas partes podrán rescindir este contrato en caso de que una de ellas incumpla sus obligaciones y se abstenga de tomar medidas necesarias para reparar el incumplimiento dentro de los 15 días siguientes al aviso, notificación o requerimiento que la otra parte le haga en el sentido de que proceda a reparar el incumplimiento de que se trate.*

*La parte que ejercite su derecho a la rescisión deberá dar aviso a la otra, cumplido el término a que se refiere el inciso anterior.*

*DÉCIMA. CESIÓN DE DERECHOS Y OBLIGACIONES. Ninguna de las partes podrá ceder o transferir total o parcialmente los derechos ni las obligaciones derivadas de este contrato, salvo acuerdo establecido por escrito previamente.*

*DÉCIMA-PRIMERA. LEGISLACIÓN APLICABLE. En todo lo convenido y en lo que se encuentre expresamente previsto, éste contrato se regirá por las leyes vigentes en Estados Unidos Mexicanos, particularmente lo dispuesto en la "Convención de Naciones Unidas sobre los contratos de compraventa internacional de mercaderías" y, en su defecto, por los usos y prácticas comerciales reconocidas por éstas.*

*DÉCIMA-SEGUNDA ARBITRAJE. Para la interpretación ejecución y cumplimiento de las cláusulas de este contrato y para la solución de cualquier controversia que se derive del mismo, las partes convienen en someterse a la conciliación y arbitraje para el comercio exterior existente en el país exportador.*

*Se firma este contrato en la ciudad de México Distrito Federal a los 30 días del mes de Noviembre del 2006*

*"EL VENDEDOR"*

*EL COMPRADOR"*

-----

-----

#### 4.6 Viabilidad; Factores de Éxito y Perspectivas

Para el año 2006 que inicia, se puede prever un escenario influido por muchos factores, fundamentalmente del ámbito político, que habrán de incidir necesariamente en la economía y el desarrollo de las empresas.

El 2006 coincide con el sexto año de gobierno del Presidente Vicente Fox, es un año donde la nueva democracia mexicana buscara consolidarse. El proceso democrático que se llevará a cabo durante el siguiente año será muy importante, ya que se espera que se desarrolle a la altura que las circunstancias actuales demandan.

Hemos visto que a lo largo de estos cinco años, en los cuales se ha dado una continuidad en el plano económico, esperamos que esto continúe, a pesar de la falta de reformas que el país necesita para ser competitivo, un ejemplo de estas reformas es la del sector energético, en materia fiscal, laboral, el sistema de pensiones, seguridad pública, entre otras; aun así el país hoy muestra estabilidad y el riesgo país se encuentra en sus mínimos históricos, esto es posible gracias a la estabilidad macroeconómica.

En el transcurso del sexto año tendremos como consecuencia de la contienda política, un incremento en la volatilidad de los mercados financieros en nuestro país, esto podría hacer que el riesgo país se incremente, por lo que podría provocar ajustes en las tasas de interés y bruscos movimientos en el tipo de cambio, por estas razones debemos estar muy pendientes de los movimientos que se realizan dentro de las empresas y básicamente para que no seamos sorprendidos.

La nueva cultura de administración de riesgos, nos obliga a elaborar distintos escenarios en donde podamos proyectar con cada uno de los posibles ganadores, esto con la intención de tratar de prever cómo se podrían mover los distintos escenarios financieros y de que manera nos pueden afectar las distintas variables.

México impulsa una amplia política de promoción del desarrollo e integración regional con los países de todo el mundo. Con su política de promoción del desarrollo e integración regional, el Gobierno de México aspira a unir sus esfuerzos con los países tanto Europeos, Orientales y Centroamericanos a fin de promover el crecimiento económico, ampliar el intercambio comercial y desarrollar la infraestructura para transformar a México en una región de progreso, en la que se consolide una democracia plena y se alcance una mayor cohesión económica y social.

En la era de la hipercompetencia se requiere de un Estado con visión para construir y adoptar la estrategia de una visión tridimensional, en la cual el exportador juega un papel importante para el desarrollo del país, de igual manera la integración de las cadenas productivas y el desarrollo de las empresas PyMEs consolidará los distintos cabos sueltos para lograr que la economía de nuestro país resurja.

Los apoyos institucionales que el gobierno Mexicano brinda a las PyMEs muchas veces no llega a su destinatario final, esto debido a que en ocasiones las más necesitadas no cuentan con un sistema de información adecuado lo que las lleva al desconocimiento de muchos de los programas, por lo que es importante que estos se difundan aún más con la finalidad de reforzar las operaciones mercantiles que estas realizan, de este modo se les estará brindado conocimiento tanto de su negocio como del entorno para un mejor desarrollo de la competitividad a nivel nacional e incluso internacional.

De este modo competir y triunfar en un ambiente global no tiene por qué ser un misterio; basta con realizar una buena práctica comercial, conocer el entorno de la empresa, eliminar los desperdicios, realizar mejoras de calidad e incrementos en la eficacia del activo humano; y a su vez con una cultura de mejoras continuas apoyando iniciativas esbeltas que ayuden a la compañía a crecer, innovar y mantener satisfechos a los clientes.

Un punto importante que puede marcar la diferencia para la competitividad de las PyMEs y en especial de la empresa que estamos estudiando es la cooperación de las instituciones intermedias existentes de apoyo a las PyMEs ya que como se observa la empresa “Confecciones de la Flor S.A. de C.V.” no tiene capacidad real para exportar en grandes cantidades lo que la hace frágil, es por ello que con una capacitación adecuada a sus necesidades de producción se puede lograr que así como se realiza un plan de negocios para iniciar la exportación, este se pueda extender a reforzar las distintas áreas administrativas y operativas que marquen el inicio de un despunte en sus operaciones, lo anterior con la finalidad de lograr una permanencia larga en el mundo global y evitar en la medida que sea posible que la competitividad y la productividad sean un impedimento para la internacionalización de sus productos.

El hablar de una empresa dedicada a la confección de ropa interior nos dice que por definición debe ser una empresa basada en Ingenio, Creatividad y mucha Tenacidad, por lo que es importante primero aprender qué es lo que busca el consumidor, cuáles son sus necesidades y además también aprender estrategias de ventas. Actualmente los diseños de ropa interior deben ser en colores muy vivos, pero sobre todo cómodos, funcionales y sofisticados, además de fáciles de lavar y rápidas de secar.

Como se observa no es un sector muy sencillo de complacer, si bien es cierto que las mujeres generalmente mantenemos un estilo de compra, también es cierto que la moda en la actualidad es muy rápida, a veces más que la producción de prendas, por lo que a moda rápida, respuesta rápida y esta clase de empresas a veces carece de estos valores, asimismo para ingresar en mercados globales se requiere conocer estrategias de venta, y logística de los productos, ya que en el exterior nos encontramos con competencia más especializada que en nuestro país así que es necesario prepararse para incursionar en este mercado.

## V CONCLUSIONES

A lo largo de muchos años las PyMEs han demostrado ser una fuente de empleo seguro, ya que tienen la capacidad de brindar empleo a familias enteras, las cuales no han tenido la posibilidad de encontrar un empleo bien remunerado para cubrir sus necesidades primordiales, por lo que la formación de pequeños talleres artesanales les brinda recursos económicos para la manutención de estos; pero en muchas ocasiones el desarrollo de las PyMEs se ve mermado por el desconocimiento de procesos productivos más eficaces que les inyecte productividad y competitividad, por lo que hay veces que en poco tiempo terminan por cerrar. Para evitar estos sucesos y después de conocer la importancia que tienen las PyMEs para México es que la Secretaría de Economía busca reforzar los conocimientos de los integrantes de estas empresas ya que es verdad que para mantener un país sano económicamente es necesario reforzar sus empresas, y más aún si estas representan más del 90% de los distintos sectores.

El objetivo general planteado en esta investigación se cumplió en su totalidad, ya que se encontró un plan de financiamiento a la medida de las posibilidades de pagos de la empresa; así como un análisis detallado de la situación que guarda la industria a nivel nacional e internacional. Que finalmente es parte de un diagnóstico empresarial donde se identifican los errores más frecuentes en la administración de la micro pequeña y mediana empresa y como evitarlos, que arrojará un plan de acción de acuerdo a las necesidades que presenta la empresa.

Por lo que se concluye que el programa que maneja Bancomext es el más adecuado para financiar la empresa; debido a que se puede cumplir fielmente con los requisitos que establece y se puede pagar la tasa de interés que se maneja.

A lo largo de la investigación se observa que es urgente consolidar proyectos de logística, aduanas, telecomunicaciones, armonización de mercados financieros, interconexión eléctrica y todos aquellos orientados a bajar los costos de hacer negocios en México. Para hacerle frente a este desafío es necesario desarrollar estrategias para cumplir con los

requerimientos de los clientes en el presente y en el futuro, para crear nuevos productos, servicios y soluciones que sean verdaderamente pertinentes a las necesidades cambiantes, esto para asegurar una relación continua y de largo plazo, que finalmente es uno de los objetivos que se persiguen al realizar proyectos como el que se presento en este trabajo.

Es posible que los cambios en el Sector de los Textiles y las Prendas de Vestir traigan consigo más riesgos y dificultades que nuevas oportunidades, en particular para los exportadores más pequeños de los países en desarrollo y economías en transición. Hay que prepararse cuidadosamente para controlar dichos riesgos y tomar iniciativas de captación o conservación de mercados como:

- Diseñar un plan de acción. Por un lado el gobierno debe crear un ambiente propicio y por otro las empresas deben preparar la respuesta a la oferta y las exigencias del mercado.
- Movilizar a las empresas. El sector de los textiles y las prendas de vestir debe movilizarse activamente para dar a conocer sus puntos de vista e inquietudes a las autoridades, a fin que las negociaciones respondan a los intereses de la comunidad empresarial.
- Reforzar las asociaciones sectoriales. Las asociaciones de fabricantes de textiles y prendas de vestir, de acuerdo con las autoridades, tendrán que asumir más responsabilidades, como el cumplimiento de normas laborales.
- Comprender la competencia. Las empresas deben crear mecanismos que les permitan comparar su rendimiento con el de competidores de otros países.
- Concebir estrategias de abastecimiento Disponer de una amplia base de aprovisionamiento, para conseguir tejidos más baratos, con calidad y diseño que los compradores desean, y así reducir los plazos de comercialización.
- Capacitarse en Comercio Exterior. Esto con la finalidad de que las PyMEs comprendan cabalmente que los exportadores tienen que aprender a operar con rapidez y responder cabal y sistemáticamente a las exigencias de los mercados internacionales.
- Difundir entre los productores los diversos medios analíticos que permiten que los exportadores entiendan las demandas de los nuevos mercados, las adopten y se adapten a ellas.



- Es necesario incrementar las capacidades locales para incorporar más valor agregado a los productos ofrecidos y, al mismo tiempo, desarrollar una flexibilidad de fabricación que permita ajustar la producción a la evolución de la moda y los gustos, y responder a los mercados más exigentes.
- Usar el comercio-e. El comercio por internet se está convirtiendo en un prerequisite para atraer compradores de textiles y ropa. Los fabricantes tienen que encontrar soluciones innovadoras para responder a esta demanda “digital”, como el diseño asistido por computadora o las cadenas de aprovisionamiento con gestión informatizada
- Participar en la formulación de una estrategia sectorial. Las empresas, asociaciones sectoriales, autoridades y otros copartícipes del comercio, como los bancos, transitarios y agentes de aduana, necesitan cooperar en la elaboración de estrategias coherentes para el sector. En dichas estrategias debería tenerse en cuenta la cooperación transfronteriza entre países de una misma región.

De este modo en los próximos años nos espera mucho trabajo para lograr que nuestras PyMEs alcancen la competitividad para incursionar en un mundo global en el que la moda rápida, la innovación, el diseño, la producción, promoción y la capacidad para surtir los mercados más importantes del mundo como lo son los estadounidenses, sean la característica principal de las PyMEs Mexicanas.

## ANEXO 1



PROGRAMA	OBJETIVO
(Pitex) Programa de importación temporal para exportación	Brindar estímulos para que puedan importar temporalmente de cualquier parte del mundo y sin el pago de los impuestos de importación (acorde a lo dispuesto en los tratados internacionales celebrados por México), impuesto al valor agregado y, en su caso, cuotas compensatorias, según corresponda, las materias primas, maquinaria y equipo.
(Draw Back) Devolución de impuestos	Devolver a los exportadores el valor del impuesto general de importación pagado por bienes o insumos importados que se incorporan a mercancías de exportación o por las mercancías que se retornan en el mismo estado o por mercancías para su reparación o alteración.
(Ecex) Empresas de comercio exterior	Las empresas comercializadoras podrán acceder a los mercados internacionales con facilidades administrativas y apoyos financieros de la banca de desarrollo.
(Altex) Empresas altamente exportadoras	Las empresas ALTEX obtienen la devolución de saldos a favor del IVA por concepto de exportaciones.
(Compex) Comisión mixta para la promoción de las exportaciones.  Tel. 52-29-61-00 www.economia.gob.mx/compex.htm	Promover las exportaciones a través de la concertación de acciones para simplificar los trámites administrativos y reducir los obstáculos técnicos al comercio exterior, y fomentar la cultura exportadora. Es un auxiliar del Ejecutivo Federal en materia de promoción del comercio exterior mexicano (Artículo 7 de la Ley de Comercio Exterior ), integrada por representantes del sector público y privado.
(Femex) Ferias mexicanas de exportación	Es un instrumento de promoción destinado a fomentar la realización de ferias en el país que promuevan la exportación de mercancías mexicanas a los mercados internacionales.
(Simpex) Sistema mexicano de promoción externa	Dar a conocer a través de un sistema en Internet, aspectos relevantes de las entidades federativas a fin de propiciar negocios.
(PROSEC) programas de promoción sectorial	Dirigido a personas morales productoras de determinadas mercancías, mediante los cuales se les permite importar con arancel ad-valorem preferencial (Impuesto General de Importación) diversos bienes para ser utilizados en la elaboración de productos específicos, independientemente de que las mercancías a producir sean destinadas a la exportación o al mercado nacional.
(COMPROMEXT) Comisión para la protección del Comercio Exterior Tel. 54-49-90-00 e-mail: asesoria@bancomext.gob.mx	Intervenir a petición de la parte interesada, en aquellos conflictos que se deriven de las operaciones de comercio internacional ( exportaciones e importaciones) para encontrar una solución a dichas controversias.
Alianza Empuje PYME (Banorte, Grupo Imagen, Tec de Monterrey, HP, SAP, Secretaria de Economía y Grupo Integra)	Apoyar a las PyMEs en el desarrollo de sus productos y procesos a través de asesor de crédito, mercadotecnia, tecnología, asesoría legal y en general de aliados para el desarrollo y crecimiento de las organizaciones recientemente formadas o en proceso de crecimiento. (Soluciones integrales para PyMEs y emprendedores).

## ANEXO 2

Nombre	Dirección y teléfono
Secretaría de Economía	Insurgentes Sur 1940 Col Florida C.P. 01030 México D.F. Tel 52-29-61-00 www.economia.gob.mx
Nacional Financiera S.N.C. (NAFIN)	Insurgentes sur 1971, Nivel Avenida. Centro comercial Plaza Inn, Col. Guadalupe Iinn C.P.01020 México D.F. Tel. 53-25-60-00 www.nafin.gob.mx
Confederación de Asociaciones de Agentes Aduanales de la República Mexicana (CAAAREM)	Hamburgo 225, Col Juárez C.P. 06600 México D.F. Tel. 55-33-00-75 al 77 www.caaarem.org.mx
Confederación de Cámaras Industriales de los Estados Unidos Mexicanos CONCAMIN	Manuel Mmaría Contreras 133, 7 y 8 pisos, Col. Cuautemoc C,P, 06500, México D.F. Tel 51-40-78-00 al 19 www.concamin.org.mx
Información Básica para la toma de decisiones (mensual) del Consejo Coordinador Empresarial	Homero 527, P: H: Col Chapultepec Morales. México, D.F. C.P.11590 Tel: 5250-6977 5250-7755 Fax: 5250-6995
Directorio de Clientes para exportar a E. U. (4077 registros)	IBCON. S. A. Gutemberg 224, Esq Hersdul. Col. Anzures. México, D.F. C.P. 11590. Tel: 5255-4577
Directorio de importadores (12000 registros) Directorio de empresas (16 612 registros) Industriadata Empresas Grandes Industriadata empresas medianas Infotec (Fondo de Información y documentación para la industria)	Sn. Fernando 37. Col. Toriello Guerra. México, D.F. C.P. 14050. Tel: 5624-2800 5624-2822
Cámara Nacional de Comercio de la Ciudad de México (CANACO)	Reforma 42, Col. Centro, México, D.F. C.P. 06048 Tel: 5592-2677, 5592-2605, Fax 5592-35-71 y 5705-7412
Confederación de Cámaras Industriales de los Estados Unidos	Manuel Ma. Contreras 133 Piso 1, Col. Cuahutemoc,


Mexicanos CONCAMIN	México, D.F. C.P. 06500 Tel: 5566-7822, 5703-2591, 5703-2728 y 5703-2773, Fax: 5535-0613 <a href="mailto:Cetin@solar.sar.net">Cetin@solar.sar.net</a> <a href="http://www.concamin.org.mx">http://www.concamin.org.mx</a>
Cámara Nacional de la Industria de la Transformación (CANACINTRA)	San Antonio 256, Col. Ampliación Nápoles, México, D.F. C.P. 03849 Tel: 54-82-30-00, 55-98-94-67, Fax: 5598-80-44 <a href="http://www.canacintra.org.mx">www.canacintra.org.mx</a>
Consejo Coordinador Empresarial (CCE)	Homero 527, P. H , Col Chapultepec Morales, México, D.F. C.P.11590 Tel: 5250-6977 y 5250-7755, Fax: 5250-6995
Instituto Mexicano de la Mediana y Pequeña Empresa	Av. Coyoacán 1878, Desp. 405, Col. Del Valle, México, D.F. C.P.03240 Tel: 5524-0361, 5524-3757
Centro Promotor de Diseño México (CPDM)	Insurgentes Sur 1855, Piso 10 Col. Guadalupe Inn México D.F. C.P. 01020 Tel. 56-62-97-90, FAX. 56-62-41-60 <a href="http://www.centrodiseno.com">www.centrodiseno.com</a>
Bancomext	Periférico Sur 4333, Col. Jardines de la Montaña, México D.F. C.P. 14210 Tel: 54-49-90-08 <a href="http://www.bancomext.com">www.bancomext.com</a>
Consejo Mexicano de Comercio Exterior	Eugenio Sue No. 94 Col Polanco C.P. 11560 México D.F. Tel. 52-81-10-06 <a href="http://www.comce.org.mx">www.comce.org.mx</a>

### ANEXO 3

Nombre	Localización
Warner's	Calle Independencia Oriente 1311-C Toluca, Edo. de Mex. C.P. 50070 Tel. (72) 14-23-13
Lovable	Avena 532 Col. Granjas México C.P. 08400 México, D.F. Tel. 56-57-06-77
Chatelle, S.A. de C.V.	Victoria 29 1er. piso Fracc. Alce Blanco Naucalpan, Edo. de Mex. C.P. 53370 Tel. 55-46-35-02
Alveneri, S.A. de C.V.	Cafetal 70 4to. piso Col. Granjas México C.P. 08400 México, D.F. Tel. 56-54-51-28
Carnival de México, S.A. de C.V.	Xocongo 225 Col. Transito C.P. 06820 México, D.F. Tel. 55-42-37-08
Hanes	Michoacán 20 Lt. 21 y 23 Col. Renovación Iztapalapa C.P. 09209 México, D.F. Tel. 57-26-60-20
Ilusión 	DILTEX, el fabricante de la marca Ilusión Calle: Emiliano Zapata # 74 L-2, 4, 7 Y 8 Col.: Centro México, D.F. C.P.: 06060 Tel: (55)55225766 ó (55)55227472 Fax: (55)55228282 E-mail: boneteriavicky@ilusion.com.mx
AMERICAN COTTON, S.A. DE C.V.	5 de febrero # 130 piso 3 centro 06090 México , distrito federal , México Tel (55) 5588 0209
VICKY FORM 	Recursos Hidráulicos no. 5 Tlalnepantla Edo. de México


**ANEXO 4**

## Factura comercial


 Confecciones de la Flor S.A. de C.V. Pisagua 1115 Delegación Gustavo A. Madero México D.F. RFC:CRO791019KX4				
Nombre: K-MART R.L. RFC. Calle: Calle 625 South Colonia: Los Angeles Street Ciudad: Los Angeles California U.S.A			Pedido No.  Factura no. 2365	
Fecha	Transporte	Plazo	Consignado a:	
01/01/2007	Terrestre (CIP) Tijuana	0 Días	Transporte Terrestre	
Piezas	Código	Descripción	Precio	Importe
50,000	030938	Pantaleta	1.40199 dls.	70,099.50 dls.
2,000	6501028	Brassiere	2.9511 dls	5,902.20 dls.
2,000	45698	Pijama	3.96574 dls.	7,931.48 dls.
Categoría A Fracción arancelaria <b>621290.01</b> Este envío consta de: 230 Cajas con Documentos. CON UN PESO TOTAL DE: 10,000 KGS. Régimen:-			SUMA	72,985.7478
			DESCUENTO	-----
			SUBTOTAL	-----
			IVA	10,947.8621
			TOTAL	83,933.61 dls


## ANEXO 5

### Lista de empaque

 Confecciones de la Flor S.A. de C.V.
<b>Lista de empaque</b>
Factura: 2365 Contenido: 200 Cajas con 200 pzas de Pantaletas c/u Código 030938 Contenido: 15 Cajas con 130 pzas de Brassiere c/u Código 45698 Contenido: 15 Cajas con 130 pzas de Pijamas Código 45698
Total de 230 cajas con ropa interior con destino a Tijuana Baja California

 Confecciones de la Flor S.A. de C.V.
<b>Lista de empaque</b>
Factura: 2365 Contenido: 200 pzas de Pantaletas Código 030938 1/200 Cajas

 Confecciones de la Flor S.A. de C.V.
<b>Lista de empaque</b>
Factura: 2365 Contenido: 130 pzas de Brassiere Código 45698 1/15 Cajas

 Confecciones de la Flor S.A. de C.V.
<b>Lista de empaque</b>
Factura: 2365 Contenido: 130 pzas de Pijamas Código 45698 1/15 Cajas

**ANEXO 6**

## Documento de Transporte o Carta Porte

Transportes Easo S.A. de C.V.				
Km. 33.5 Ant. Carretera México Tepetzotlán, Col. San Mateo Iztacalco, Cuautitlán Edo. de México, CP. 54840 Com: 58-99-88-00 Fax: 58-99-88-91				
Confecciones de la Flor S.A. de C.V. Pisagua 1115 Delegación Gustavo A. Madero México D.F RFC:CRO791019KX4			Pedido No.  Factura no. 2365	
Fecha embarque	Transporte	Fecha de entrega	Consignado a:	
11/12/2006	Terrestre (CIP) Tijuana	1/01/2007	Transporte Terrestre	
Piezas	Código	Descripción	Peso	Volumen
50,000	030938	Pantaleta	8900 KG	200 CAJAS
2,000	6501028	Brassiere	500 KG	15 CAJAS
2,000	45698	Pijama	600 KG	15 CAJAS
				TOTAL: 60 M3
		Categoría A Fracción arancelaria <b>621290.01</b> Este envío consta de: 230 Cajas con Doc. CON UN PESO TOTAL DE: 10,000 KGS. Regimen:-	SUMA  DESCUENTO  SUBTOTAL  IVA  TOTAL	\$11,000.00  -----  -----  \$1,650.00  \$12,650.00




**ANEXO 7****Pedimento de exportación**

Num. De pedimento: 034582369    T. Oper. EXP    Clave del pedimento: A1    Regimen: EXD						
Destino: Tipo de cambio: 10.98    Peso Bruto: 10,000    Aduana:						
Medio de transporte: Terrestre Entrada/salida Arribo: Salida:				Valor en dólares: Valor aduanal: Precio pagado/ valor comercial:		
Datos del importador exportador						
Confecciones de la Flor S.A. de C.V. Pisagua 1115 Delegación Gustavo A. Madero México D.F						
VAL. SEGUROS: SEGUROS    FLETES:    EMBALAJE:    OTROS INCREMENTABLES:						
MARCAS NÚMEROS Y TOTAL DE BULTOS:						
Cuadro de liquidación:						
Concepto	Fp.	Importe	Concepto	FP.	Importe	Totales
Datos del importador o comprador						
K-MART R.L. Calle 625 South, Los Ángeles Street, Los Ángeles California U.S.A						
Num. De factura: 2365	Fecha: 01/01/2007	INCOTERM. CIP	Moneda fact. USD	VAL. MONED.	Valor moneda fact.	Val dolares <b>83,914</b>
Agente aduanal. Apoderado aduanal o de almacenes Nombre o Razón Social			Declaro bajo protesta de decir verdad en los términos de lo dispuesto por el artículo 81 de la ley aduanera patente o autorización.  Firma autógrafa Destino / origen: Interior del país			
RFC:                    CURP						

**ANEXO 8**

## Certificado de origen

CERTIFICADO DE ORIGEN DE ARTÍCULOS MEXICANOS			FOLIO NÚMERO
			1523687
1. Nombre y Dirección de la empresa exportadora		2.- Nombre y Dirección del consignatario	
Confecciones de la Flor S.A. de C.V. Pisagua 1115 Delegación Gustavo A. Madero México D.F		K-MART R.L. Calle 625 South, Los Ángeles Street Ciudad: Los Ángeles California U.S.A	
3.- No. de Orden	4.- Descripción de la Mercancía	5.- Cantidad y Unidad de Medida	6.- Número y Fecha de Factura
S/N	030938 Pantaleta 6501028 Brassiere 45698 Pijama	50,000 Piezas 2,000 Piezas 2,000 Piezas	Factura no. 2365 Fecha: 1 de Enero del 2007
Lugar, fecha y sello de la autoridad que certifica		Lugar y Fecha; Sello de la empresa y firma del exportador	
México Df. A 31 de Diciembre del 2006		 México Df. A 31 de Diciembre del 2006	
Declaro bajo protesta de decir verdad que: <ul style="list-style-type: none"> <li>• La información de este documento es verdadera y exacta, y me hago responsable de comprobar lo aquí declarado. Estoy conciente que seré responsable por cualquier declaración falsa u omisión hecha en o relacionada con el presente documento.</li> <li>• Me comprometo a conservar y presentar, en caso de ser requerido, los documentos necesarios que respaldan el contenido el presente certificado, así como a notificar por escrito a todas las personas a quienes entregue el presente certificado, de cualquier cambio que pudiera afectar la exactitud o validez del mismo.</li> <li>• Los bienes son originarios del territorio de una o ambas partes y cumplen con los requisitos de origen que le son aplicables conforme al Tratado de Libre Comercio , no han sido objeto de procesamiento ulterior de cualquier otra operación fuera de los territorios de las partes.</li> </ul>			

## BIBLIOGRAFÍA

### LIBROS

1. Berumen, Sergio A. Y Arriaza Ibarra Karen Negocios Internacionales en un mundo globalizado: teoría y Práctica Compañía Editorial Continental México 2004 p. 580
2. Eroles Antonio, La pequeña empresa exportadora, Guía práctica para iniciar operaciones de comercio exterior Ed. Panorama.
3. Flores Paredes Joaquín, El Contexto del Comercio Exterior de México: Retos y Oportunidades en el Mercado Global, UNAM Facultad de Estudios Superiores Cuautitlán 2001, p. 157
4. Guía Básica del Exportador Bancomext 10ª ed.
5. Irigoyen, Horacio PYMES su economía y Organización México Ed. Macch, p.159
6. Rodríguez Valencia Joaquín Como Administrar Pequeñas y Medianas Empresas 4ª ed. México Ed. ECAFSA p. 368
7. Rosales Vivó, Carlos R., Solís Pérez Pedro C. Globalización y Desarrollo, Alternativas y Retos de la Economía Mexicana, UAM 1997 p. 204
8. Modalidades de Pago Internacional, México Documentos Técnicos Texto y Ejercicios, 1ª ed. Bancomext, México 2002 p. 219
9. Moreno Castellanos Jorge A. Comercio Exterior sin Barreras Ed. Librería ISEF México 2002 2ª ed
10. Méndez Morales José Silvestre Problemas Económicos de México Ed. Mc Graw Hill 1998 México 5ª ed
11. Méndez Morales José Silvestre Economía y la Empresa Ed. Mc Graw Hill 1998 México 5ª ed
12. Ortiz Wadgymar Arturo Introducción al Comercio Exterior de México Ed. Nuestro Tiempo 4ª ed. México 1993 p. 261
13. Serantes Sánchez, Pedro. Medios de pago Internacionales. Madrid, Instituto Español del Comercio Exterior, año 2000.

### HEMEROTECA

1. Negocios Internacionales Bancomext
2. Manufactura

3. Comercio Exterior. Bancomext
4. Aduanas
5. Fortuna, Negocios y Finanzas
6. Creatividad para tu negocio PyME Adminístrate hoy Editorial Gasca
7. Entrepreneur

#### INTERNET

- <http://www.bancomext.com>
- <http://www.caaarem.org.mx>
- <http://www.economia.gob.mx>
- <http://www.inegi.gob.mx>
- <http://www.lajornada.unam>
- <http://www.manufacturaweb.com>
- <http://www.pyme.gob.mx>
- <http://www.sre.gob.mx>
- <http://www.contactopyme.com.mx>
- <http://www.soyentrepreneur.com>