



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES ARAGÓN

**“FOMENTO A LAS EXPORTACIONES: CASO PRÁCTICO DE LA
EXPORTACIÓN HACIA CHILE DE UNA BEBIDA PREPARADA DE TEQUILA
CON REFRESCO DE TORONJA “.**

T E S I S

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE

LICENCIADO EN RELACIONES INTERNACIONALES

P R E S E N T A

OMAR MORA PALAFOX

ASESOR: LIC. JOSÉ LUIS CHÁVEZ DELGADO



San Juan de Aragón, Edo. De México

2007



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.

AGRADECIMIENTOS

A **Dios**:

Por todas las bendiciones, protección que me ha dado y principalmente por mantener con migo a mis seres queridos.

A **mis padres**, Francisco y Verónica :

Por sus consejos, apoyo, sacrificios y ejemplo a seguir, ya que sin ellos no hubiera logrado esto.

A **mi esposa**, Patricia:

Por darme la oportunidad de soñar y saber quién puedo ser.

A **mi hijo**, Omar Yahir:

Que me motiva para ser una mejor Persona y lograr las metas que me he propuesto.

A **mis hermanos**, Francisco, David y especialmente a mi hermana Alma:
Por su apoyo incondicional durante toda mi carrera.

A **mi asesor**, José Luis Chávez Delgado:

Por su apoyo, comprensión y paciencia.

A **mis compañeros**, Sergio Omar, Héctor, Rosalba, Leopoldo y Roberto:

Por su amistad, apoyo y compañía.

A mi **Universidad**:

Por su abrigo y por darme la oportunidad de ver cristalizada una de mis metas en la vida.

“No quiero mi casa amurallada por todos lados
ni mis ventanas selladas.
Yo quiero que las culturas de todo el mundo
soplen sobre mi hogar
tan libremente como sea posible,
pero me niego
a ser barrido por ninguna de ellas”.

Mahatma Gandhi

ÍNDICE

	PAGINA
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO 1	
ESCUELA NEOCLÁSICA DEL COMERCIO EXTERIOR	5
1.1 ANTECEDENTES	5
1.1.1 Los mercantilistas	5
1.1.2 Teoría monetaria del comercio internacional de David Hume	5
1.1.3 Ventaja absoluta Adam Smith	6
1.1.4 Ventaja comparativa	6
1.1.5 Aportaciones de John Stuart Mill	9
1.1.6 Equilibrio internacional con costos crecientes	10
1.2 LA TEORÍA NEOCLÁSICA	12
1.2.1 Teoría del equilibrio y el comercio internacional	12
1.2.2 El modelo de Heckscher-Ohlin	14
1.2.3 Modelo de los factores específicos y distribución de la renta	15
1.3 LA COMPROBACIÓN DE LA TEORÍA NEOCLÁSICA	18
1.3.1 Comprobación empírica de la teoría Ricardiana	18
1.3.2 La paradoja de Leontief	19
CAPÍTULO 2	
GLOBALIZACIÓN Y LA IMPORTANCIA DE LA APERTURA COMERCIAL	23
2.1 ANTECEDENTES HISTÓRICOS	23
2.2 GLOBALIZACIÓN	25
2.2.1 Las comunicaciones y la tecnología	26
2.2.2 El sistema financiera (los flujos de capitales)	27
2.2.3 El comercio	29
2.2.4 Los mercados laborales	29
2.2.5 Papel de las instituciones en la globalización	30
2.2.6 Creación de bloques	31
2.3 EFECTOS DE LA GLOBALIZACIÓN	32
2.4 CAMBIOS EN LAS ORGANIZACIONES	37
2.5 ACTUALIDAD DE LAS EMPRESAS	39

2.6 MATRIZ DE LA GLOBALIZACIÓN	41
2.6.1 Negocio	41
2.6.2 Actividades de apoyo	46
2.6.3 Organización	48
CAPÍTULO 3	
COMERCIO EXTERIOR DE MÉXICO 1995-2000	52
3.1 DESARROLLO DE LA APERTURA COMERCIAL DE MÉXICO	52
3.1.1 Creación del TLCAN	53
3.1.2 Las ventajas comparativas	54
3.2 CAMBIOS EN LA ESTRUCTURA DEL COMERCIO EXTERIOR DE MÉXICO	55
3.3 PROGRAMA DE COMERCIO EXTERIOR	57
3.3.1 Promoción de exportaciones	57
3.3.2 Negociaciones comerciales internacionales	60
3.4 RESULTADOS DE LA POLÍTICA COMERCIAL	65
3.5 ESTRATEGIAS DE LA POLÍTICA EXTERIOR DE MÉXICO	70
3.6 EL IMPACTO DE LAS EMPRESAS EN EL EXTERIOR	72
3.6.1 Cómo ingresan las empresas en el exterior	74
3.6.2 Adquisición de empresas locales	75
CAPÍTULO 4	
ESTUDIO DEL CASO PRÁCTICO: LA EXPORTACIÓN HACIA CHILE DE UNA BEBIDA PREPARA DE TEQUILA CON REFRESCO DE TORONJA LLAMADO “PUPPET”.	78
4.1 HISTORIA DEL TEQUILA	78
4.2 PANORAMA GENERAL DE LA INDUSTRIA MEXICANA DE ALIMENTOS, BEBIDAS Y TABACO	79
4.3 PASOS PARA LA EXPORTACIÓN	84
4.4 ANÁLISIS DE LA EXPORTACIÓN	84
4.5 ESTRATEGIA PROMOCIONAL DE BANCOMEXT	102
CONCLUSIONES	108
BIBLIOGRAFÍA	113
HEMEROGRAFIA	114
MESOGRAFÍA	114

INTRODUCCIÓN

En el ámbito internacional existen una gran diversidad de oportunidades para México: nuevos mercados, nuevas fuentes de financiamiento, nuevos socios, nuevas oportunidades para obtener beneficios de la transferencia de la tecnología, etc. Se requiere promover el comercio exterior, atraer inversiones, crear alianzas estratégicas, introducir aceleradamente las tecnologías que impulsen el desarrollo, hacer más competitiva la economía. Pero falta superar el rezago que nos colocan en desventaja con economías comparables a la mexicana y que han logrado desarrollarse a partir de la exportaciones tanto de bienes como de servicios. Para intensificar nuestras relaciones comerciales con diversas áreas del mundo, se hace necesario poner en práctica un conjunto de acciones estratégicas, tanto en el ámbito interno como en el externo.

La teoría del modelo aplicado a las Relaciones Internacionales en la tesis es la de los juegos, ya que parte del conocimiento de unos datos previos, del número de jugadores y, también, del supuesto de que éstos actuaran de acuerdo con criterios de racionalidad.

La teoría parte de la aplicación de métodos matemáticos al comportamiento de un número determinado de actores. Combina, matemáticas con behaviorismo; su finalidad es aplicar la infabilidad de los números y de las posibles variantes numéricas a los problemas sociales, económicos y políticos de los que hablaba John Newmann. La teoría fue pensada para facilitar la solución de problemas económicos.

Cualquier juego propuesto al análisis perseguirá la respuesta a dos preguntas: ¿cómo deberían comportarse los jugadores? ¿cuál debería ser el último resultado del juego? Las combinaciones y posibilidades pueden ser muy numerosas: capacidad y medios de cada jugador; riesgos que se asúmela participar en el juego; posibilidades de convenio entre uno o más participantes a lo largo del desarrollo del juego o la partida; información con que cuentan los jugadores; balanzas o ganancias que están sobre el tapete y sus posibles deterioros o incremento a lo largo de la jugada, etc.¹

Aumenta su eficacia cuando opera con datos concretos, fijos, proporcionados por estadísticas que han podido establecerse durante un período de tiempo que asegura su fiabilidad. Lo que habitualmente ocurre en estudios de mercado.

Una magnífica teoría sobre un mercado puede llevar a una empresa a comprender que ese mercado en la práctica es pésimo, ejemplo: el vecino del Norte, los Estados Unidos, por su cercanía, importancia, riqueza, resulta la panacea para algunas empresas, pero para la generalidad es difícil. Algunos otros países pueden ser atractivos para los productos que se ofrecen; pero resultarían peligrosos si sus pagos son difíciles. Los mercados ricos pueden estar cerrados para algunos artículos y abiertos para otros.

Para esto, la hipótesis de la tesis, es conocer y dar las herramientas necesarias, tanto a estudiantes, empresarios y catedráticos, la utilización de la mejor estrategia para aprovechar las ventajas que se tiene, de desarrollar una buena exportación y evitar cualquier barrera al comercio internacional.

¹ Todas estas preguntas se irán respondiendo en los capítulos 3 y 4 de la tesis.

Los objetivos que se pretende alcanzar en la tesis son los siguientes:

- Comprobar el aumento de la competitividad exportadora mediante estrategias para la integración y expansión de sus actividades internacionales, al igual, comprobar el benéfico de la ayuda que el Gobierno Federal brinda por medio de sus políticas de comercio exterior, que facilitan y promueven la exportación de los productos de las empresas nacionales.
- Comprender las ideas de la escuela neoclásica del comercio exterior y como se puede aplicar sus teorías en el mundo actual.
- Definir qué es globalización, cuáles son sus efectos y como actuar dentro de este nuevo orden internacional.
- Conocer el desarrollo de la apertura comercial de México, las nuevas políticas de comercio exterior para apoyo de las empresas que pretenden exportar y como se establecen las empresas en otros países.
- Que se conozca, comprenda y aplique una metodología para realizar un estudio sobre el fomento a las exportaciones, enfocada a la evaluación de proyectos de exportación.

El desarrollo de la tesis se llevara de la siguiente manera:

En el capítulo 1, se tratará del el origen del comercio internacional, se analizarán las teorías neoclásicas y, finalmente, se realizara una critica de estas. Esto con el fin de explicar solamente las características en las que se mueve el comercio internacional y relacionarlas con el funcionamiento en el mundo actual.²

Para el capítulo 2, se hablará de cómo el mundo vive una etapa de globalización en todos sus procesos económicos, en donde se fragua un marco más integrado de la producción, del comercio, de las comunicaciones, de las relaciones financieras e incluso de los mercados laborales, que son los ejes de estudio de la globalización y los países se alejan cada vez más de los conceptos tradicionales de Estado-nación, para integrarse lentamente a agrupaciones regionales que definen hoy un nuevo perfil de la economía internacional. Al igual, se tendrá un enfoque de gestión que amplíe la visión de los negocios, para identificar y aprovechas las oportunidades surgidas de una economía mundial cada vez más integrada.

Por su amplitud y velocidad, ese fenómeno está afectando profundamente individuos, empresas y naciones, que buscan nuevas estrategias para enfrentar e ingresar de una manera más dinámica y competitiva de los mercados globales; por lo que se analizarán las características y efectos de la globalización, así, como el reordenamiento en la estructura de las organizaciones empresariales para alcanzar un mayor desarrollo en los mercados mundiales.

En el capítulo 3, se trataran temas como el proceso de la apertura comercial de México y los errores que ha cometido, lo que nos lleva a analizar las medidas estratégicas que contempla el Plan Nacional de Desarrollo 1995-2000, su diseño de las

² se relacionarán estos temas dentro de capítulos posteriores.

políticas de promoción industrial y de comercio exterior, con el objetivo central de fomentar la competitividad de la planta industrial. Señalando que el mayor reto es asegurar que un número creciente de regiones, sectores, cadenas productivas y empresas aprovechen todas las ventajas competitivas de nuestra economía.

Se presenta una evaluación de los resultados económicos obtenidos en el periodo de 1995-2000, observando si se han logrado los objetivos del Plan Nacional de Desarrollo. Así también, como México continuará con una política de negociaciones comerciales internacionales que contribuya a promover la apertura de los mercados externos, permitiendo obtener reciprocidad a nuestro proceso de liberalización comercial, reduzca la vulnerabilidad de nuestros exportadores ante medidas unilaterales por parte de nuestros socios comerciales, y fomente los flujos de inversión extranjera directa hacia México.

La especialización sectorial de las empresas responde necesariamente a las características de la estructura productiva del país de origen y al nivel relativo de eficiencia económica alcanzado en las distintas ramas. La magnitud del mercado interno, el nivel de ingresos, su dinamismo y la dotación de recursos naturales, determina la prioridad que para las empresas revisten las actividades internacionales. A su vez influye en el poder de negociación, puede fortalecerse o debilitarse según el grado de articulación e integración con la política de su gobierno y con el papel que éste desempeña en el contexto internacional. A lo cual nos lleva a hablar sobre el proceso que lleva una empresa para ingresar a un país determinado.

Exportar es participar en una verdadera lucha comercial donde se enfrentan todo tipo de empresas productoras y comerciales de todos los países, donde las mejores estrategias comerciales se imponen. Por lo que en el cuarto y último capítulo se presenta todo el proceso que el empresario requiere saber para el desarrollo de las exportaciones y finalmente, se muestran los servicios que Bancomex ofrece a los empresarios que deseen integrarse a los mercados externos, que es una de las actividades de apoyo que el gobierno de México brinda a todas aquellas empresas y personas que deseen ingresar a esta actividad comercial que son las exportaciones.

El adoptar una buena estrategia para el desarrollo del éxito en las exportaciones, debe ser fehaciente basada en elementos perfectamente comprobados en la recopilación y análisis de la información y luego sobre la experiencia que se adquiera.

La reforma emprendida por México son debido a necesidades tanto de nuestra propia dinámica interna en cuanto la evolución internacional. Por lo que no podemos cambiar los errores cometidos en el pasado; pero podemos realizar cambios, para que el presente y el futuro sea más favorables, especialmente en los ámbitos político, económico y legal.

Tengo la certeza de que el presente trabajo brindará, a quienes desconocen o conocen muy poco los tópicos del comercio internacional, la oportunidad de estudiar la mecánica del mismo y su régimen jurídico.

CAPÍTULO 1
ESCUELA NEOCLÁSICA DEL COMERCIO EXTERIOR

CAPÍTULO 1

ESCUELA NEOCLÁSICA DEL COMERCIO EXTERIOR

1.1 ANTECEDENTES

1.1.1 Los mercantilistas

Su teoría principal de los mercantilistas era la constitución de un Estado nacional económicamente y políticamente poderoso con la acumulación de oro en sus arcas. Para alcanzar estos fines propusieron un sistema de mayor libertad económica entre las regiones de cada país. Pugnando por la subordinación del individuo al Estado y por que los recursos se explotaran en beneficio de este, partiendo del principio de que la actividad económica es un medio, no para satisfacer las necesidades, sino para fortalecer al Estado, y siendo este tanto el objeto como el sujeto de la política económica para lograr una balanza comercial favorable, cuyo saldo produjera metales preciosos. Por lo que el Estado debía de aplicar una política de exportación, y restringir las importaciones de artículos de lujo y caros por la salida de oro y plata, llegando a tomar medidas proteccionista de establecimiento de altos aranceles a las importaciones.

Su deseo consistió no sólo en exportar un valor económico superior a lo importado, sino que las exportaciones incluyeran la máxima proporción de trabajo, ya que una población numerosa, laboriosa y con bajos salarios, se traducían en una producción abundante y barata que proporcionaba capacidad competitiva en los mercados exteriores.¹ Las ganancias del comercio exterior la empezaron a medir por el excedente del volumen del trabajo exportado respecto al incorporado a las importaciones.

La teoría cuantitativa de los precios. Bodino (1568), explico por primera vez, que la evaluación de los precios se debía a varias causas, pero la más importante, el aumento en la oferta de metales preciosos. Ese año nació la teoría cuantitativa del dinero. El primer efecto del aumento de la cantidad del dinero no era producir alza en los precios sino de la actividad económica. En un país con desempleo, más dinero significaba más ingreso, este generaba más empleo y demanda, y una demanda mayor respecto de la producción conducía al incremento de los precios. No captaron que la abundancia de dinero y la consiguiente alza de precios eran incompatibles con una balanza comercial favorable.

1.1.2 Teoría monetaria del comercio internacional de David Hume

David Hume aplicó el principio cuantitativo del dinero a las relaciones económicas internacionales y deducir el principio que regulaba la distribución de los metales preciosos en forma automática. Hume partió del siguiente principio: Un país conseguirá automáticamente la cantidad de metales que necesita para mantener sus precios a nivel del exterior hasta equilibrar sus exportaciones con las importaciones. Si un país ingresa una mayor cantidad de metales preciosos de la que necesita, sus precios aumentaran respecto a los del exterior y, como consecuencia, tenderá a importar más y a exportar menos. Hume consideró que, a largo plazo, mucho dinero era perjudicial porque provocaba el aumento de precios y de salarios. Sólo era benéfico temporalmente, en tanto que no surtiera efectos sobre los precios y los salarios, ni cesara de estimular la producción.

¹ Historia del pensamiento económico, p. 34, Aguilar, S.A. de Ediciones, Madrid, 1963. P.T. Ellworth, Comercio Internacional, FCE, México, 1942; versión española de Javier Márquez y Víctor L. Urquidi

1.1.3 Ventaja absoluta Adam Smith

La aportación que Adam Smith hizo a la teoría del comercio internacional consistió en aplicar la teoría de la división del trabajo al intercambio internacional. Dice Smith "Es la máxima nunca tratar de producir en el país lo que le costaría más producir que comprar". Si un país extranjero puede suministrarnos un bien más barato de lo que nosotros mismos podemos hacerlo, resulta mejor comprarlo con alguna parte del producto de nuestra propia industria, empleada en alguna forma en la cual tengamos ventaja. Un país puede ser más eficiente que otro en la producción de algunos bienes y menos eficiente en la producción de otros bienes. Independientemente de la causa de la diferencia en la eficiencia, ambos países se pueden beneficiar si cada uno se especializa en la producción de bienes que son más eficientes que el otro (especialización e intercambio internacional). Con la generalización de la división internacional del trabajo muchos países obtienen dos ventajas: mayor volumen al mismo costo en trabajo, y cada país puede, a través del intercambio, abastecerse de mayor variedad de mercancías y a precios menores.

Ventaja absoluta y las ganancias del comercio

A diferencia de los mercantilistas, Adam Smith argumentaba que todos los países podrían beneficiarse del libre comercio y lideró una política de "laissez-fair" (no-intervención del gobierno en los asuntos económicos). Con el libre comercio, los recursos del mundo podrían asignarse eficientemente, generando ganancias para todos y cada uno de los países comerciantes. Cualquier interferencia con el libre flujo del comercio impediría a la comunidad mundial la oportunidad de disfrutar de las potenciales ganancias del comercio.

1.1.4 Ventaja comparativa

Un país avanzado puede ser más eficiente en desarrollo en todas las líneas de producción que un país en desarrollo, pero el grado de superioridad del primero puede ser diferente de un bien a otro. De acuerdo con Ricardo, se dice que el país avanzado tiene una ventaja comparativa en aquel bien en el cual el grado de superioridad es mayor y una desventaja comparativa en aquel bien en el cual su grado de superioridad es menor con relación al país en desarrollo. De igual manera se dice que el país en desarrollo tiene una ventaja comparativa en aquel bien en el cual su grado de inferioridad es menor y una desventaja comparativa en aquel bien en el cual su grado de inferioridad es mayor con relación al país avanzado. Se deduce del hecho de que en esencia se utiliza la misma desigualdad para determinar la ventaja comparativa de cada país. Cuando un país se especializa en la producción de un bien en el cual tiene una ventaja comparativa, la producción total mundial de cada bien necesariamente se incrementa (potencialmente), con el resultado de que todos los países obtienen un beneficio (excepto en el caso extremo de un país "grande"). Ricardo, al igual que Torrens, mostraron que el libre comercio todavía puede beneficiar a ambos países.

Costos comparativos expresados en dinero. En todas las culturas, la gente no intercambia directamente un bien por otro. En su lugar, la gente vende un bien por dinero para comprar los bienes que desea. En sus cálculos, la gente usa los precios monetarios no las razones de cambio entre los bienes.

El modelo Ricardiano

Una economía con un factor productivo

Hay una economía -nuestro país- que sólo tiene un factor de producción. Se producen dos bienes, vino y queso. La tecnología de la economía de nuestro país puede ser resumida por la productividad del trabajo en cada industria. Conviene expresar la productividad en términos de requerimientos de trabajo unitarios el número de horas de trabajo requeridas para producir un kilo de queso a un litro de vino.

Cualquier economía tiene recursos limitados para lo que puede producir, y siempre hay interconcesiones (trade-offs); para producir más de un bien, la economía debe sacrificar una parte de la producción de otro bien. Estos trade-offs son típicamente ilustrados por la frontera de posibilidades de producción, que muestra la cantidad máxima de vino que puede ser producida una vez tomada la decisión de dejar de producir determinada cantidad de queso, y viceversa (coste de oportunidad). El coste de oportunidad es la cantidad del producto a que la economía debería renunciar para producir una cantidad más del otro producto.

En una economía competitiva, la oferta es determinada por la intención de los individuos de maximizar sus ganancias. En nuestra economía simplificada, si el trabajo es el único factor de producción, la oferta de queso y vino estará determinada por el movimiento del factor trabajo hacia el sector que pague salarios más altos. La economía se especializará en la producción de queso si el precio relativo del queso excede su coste de oportunidad; se especializara en la producción de vino si el precio relativo de vino excede su coste de oportunidad.

El comercio en un mundo con un factor productivo

Hay dos países. nuestro país y el otro es resto del mundo. Cada uno de estos países tiene un factor productivo (trabajo) y puede producir dos bienes, vino y queso. Denominamos L a la fuerza de trabajo de nuestro país, y a_{LV} y a_{LQ} a los requerimientos unitarios de trabajo en la producción de vino y queso. Y denominamos a^*_{LQ} y a^*_{LV} a los requerimientos unitarios de trabajo en la producción de vino y queso en el país extranjero.

Para determinar quién debe producir queso, es únicamente comparar los requerimientos de trabajo por unidad en la producción de queso en los dos países, si $a_{LQ} < a^*_{LQ}$, el trabajo de nuestro país sería más eficiente que en el extranjero en la producción de queso. Nuestro país tendría ventaja absoluta en la producción de queso. Una de las más importantes fuentes de error en las discusiones del comercio internacional es confundir la ventaja comparativa con la ventaja absoluta.

En ausencia del comercio, en nuestro país el precio relativo del queso sería a_{LQ}/a_{LV} ; en el extranjero sería a^*_{LQ}/a^*_{LV} . Una vez permitida la existencia de comercio, el precio relativo del queso es más elevado en el extranjero que en nuestro país, será beneficioso exportar queso de nuestro país al extranjero e importar vino desde el extranjero a nuestro país. Esto no puede producirse indefinidamente; nuestro país exportará suficiente queso, y el resto del mundo suficiente vino, para que se iguale su precio relativo.

Los precios de los bienes intercambiados internacionalmente, como los demás precios, son determinados por la oferta y la demanda. Un cambio útil para tener en cuenta ambos mercados a la vez es centrar el análisis, no en las cantidades de queso y vino ofrecidas y demandadas, sino también en su oferta y demanda relativa, es decir, en el número de kilos de queso ofrecidos o demandados dividido por el número de litros de vino ofrecidos o demandados. Si el precio relativo del queso aumenta los consumidores tenderán a comprar menos queso y más vino, por lo que la demanda relativa de queso caerá. Y lo mismo pasaría con el vino.

La demanda relativa de trabajo de nuestro país descenderá, a medida que el trabajo de nuestro país se hace más caro con relación al trabajo extranjero, los bienes producidos en nuestro país también se hacen relativamente más caros, y la demanda mundial de esos bienes desciende. A medida que los salarios en nuestro país aumentan, se producirán menos bienes en nuestro país y más en el resto del mundo, reduciéndose la demanda de trabajo en nuestro país.

Ambos países obtienen ganancias del comercio como método indirecto de producción. Nuestro país podría producir vino directamente, pero el comercio con el extranjero le permite “producir” vino mediante la producción de queso y su intercambio por vino y un país extranjero hace lo inverso. Esto es más vino y queso que el que se puede producir directamente. Es un modo de ver que ambos países obtendrán ganancias. Otro modo de ver las ganancias del comercio es que en ausencia del comercio, las posibilidades de consumo son las mismas que las posibilidades de producción. Una vez permitido el comercio, cada economía puede consumir una combinación de queso y vino diferentes a la que produce.

La introducción de costes de transporte y los bienes no comerciales

Debido a que los costes de transporte constituye obstáculos al movimiento de bienes y servicios, tienen importantes implicaciones sobre el modo en que una economía mundial de intercambio es afectada por una variedad de factores tales como la ayuda exterior, la inversión internacional y los problemas de balanza de pagos.

Hay un bien que producen ambos países; todos los demás bienes se producen en nuestro país o en el resto del mundo, pero no ambos. Hay razones por las que la especialización en la realidad de la economía internacional no llega a este extremo.

- La existencia de más de un factor de producción reduce la tendencia hacia la especialización.
- Los países a menudo protegen las industrias frente a la competencia extranjera.

Transportar bienes y servicios es costoso y, en algunos casos, el coste de transporte es suficiente para llevar a los países hacia la autosuficiencia en algunos sectores.

Ideas erróneas sobre la ventaja comparativa

1) Productividad y competitividad: El libre comercio es sólo beneficioso si tu país es suficientemente productivo para resistir la competencia internacional. Implica que los países pobres deberían aislarse de la economía internacional hasta que sean suficientemente fuertes para competir. Muchos países pequeños no tienen ventaja absoluta en la producción de nada”, pero no es una condición necesaria ni suficiente para tener una ventaja comparativa en dicho bien. La ventaja competitiva de una industria depende no sólo de su productividad con relación a la industria extranjera, sino también de la tasa de salarios en relación a la tasa de salarios extranjera.

2) El argumento de la explotación laboral: La competencia exterior es injusta y perjudica a otros países cuando se basa en bajos salarios. Denominado el argumento de la explotación laboral, las industrias del país no habrían de enfrentarse a industrias extranjeras que son menos eficientes pero pagan menos salarios. La competencia exterior basada en bajos salarios es destructiva.

En el ejemplo, nuestro país es más productivo en queso que en el extranjero, y el menor coste del extranjero en la producción de vino se debe por completo a su menor tasa salarial, la cual no tiene importancia. Lo que importa para nuestro país es que es más barato, en términos de nuestro propio trabajo, producir queso e intercambiándolo por vino que producir nuestro propio vino.

3) El intercambio desigual: El comercio explota a un país y lo empobrece si dicho país utiliza más trabajo para producir los bienes que exporta que el que otros países utilizan para producir los otros bienes que dicho país recibe a cambio. A menudo dominada la doctrina del intercambio desigual, la idea marxista de que el valor es creado sólo por el trabajo. En la cuestión de sí el comercio es beneficioso no debería de compararse el trabajo utilizado para producir las importaciones. Por el contrario, debería compararse el trabajo utilizado para producir las exportaciones con el que habría sido necesario para producir las importaciones en el país.

1.1.5 Aportaciones de John Stuart Mill

Al considerar Smith y Ricardo que sólo había costos-trabajo, partían del supuesto implícito de que ese trabajo era de igual productividad en un mismo país y que por ello las horas-trabajo eran homogéneas e intercambiables. Empero para Ricardo esto sólo tenía validez en el interior de cada país en donde las tasas de los salarios y las cuotas de beneficios tendían a la unificación a muy corto plazo, dada la alta movilidad de la mano de obra y del capital. Sin embargo, esta nivelación de las remuneraciones no se producía entre países por la ausencia o escasa movilidad extrafronteras.

J. S. Mill se empeñó en definir los factores o fuerzas que determinan la relación real de intercambio entre los países. El punto de partida fue considerar cuanto produce cierta cantidad de trabajo en vez de cuantos días trabajo necesita para producir determinada cantidad de cada producto. En vez de estimar dada la producción de una mercancía en dos países con diferentes cantidades de trabajo, supuso una cantidad determinada de trabajo para fijar su atención en la cantidad de producción obtenida de cada mercancía dentro de cada país, a fin de comparar las productividades respectivas.

La demanda recíproca y la relación real de intercambio

La demanda recíproca se define así: dentro de los límites determinados por los costos comparativos, la relación real de intercambio estará determinada por la fuerza y la elasticidad de la demanda de cada país por los productos del otro. Mill expuso las fuerzas básicas que determinan la relación de cambio en un punto determinado dentro de los límites mínimo y máximo establecidos por los costos comparativos.

El enunciado de la ley de los valores internacionales es el siguiente: La producción de un país se cambia por la de otros a los valores necesarios para que el total de las exportaciones pague el total de las importaciones.² Como el costo de las importaciones está representado por el valor de las exportaciones dadas en cambio, se beneficiará más del comercio aquel país para cuya producción la demanda sea más intensa y elástica respecto de su demanda de importaciones.

La relación real de intercambio expresa la cantidad de importaciones que se obtienen a cambio de cierto volumen de exportaciones, ya sea que se obtengan en trueque o medidas en dinero a poder adquisitivo constante. En el índice resulta a medir la cantidad de importaciones que un país obtiene a cambio de un determinado quantum de exportaciones en dos fechas diferentes, sirviendo una de ellas de período base.

Su aportación consistió en demostrar que el estado de la demanda recíproca determina el reparto de la ganancia global y por lo tanto, el beneficio neto que cada país obtiene. La demanda recíproca es el principio y la relación de cambio el efecto.

1.1.6 Equilibrio internacional con costos crecientes

Costos de oportunidad

En los años 30 Gottfried Habeler creó su teoría costos de oportunidad: Es la cantidad de algún otro bien que debe sacrificarse para liberar justamente los recursos suficientes para producir una unidad extra del bien especializado, no la cantidad de algún insumo (como el trabajo). Habeler mostró que la ventaja comparativa puede replantearse en términos del costo de oportunidad.

Costos de oportunidad crecientes

Los costos de oportunidad creciente significan que, a medida que la producción de un bien continua incrementándose cada vez en una unidad, se debe sacrificar cantidades crecientes de otro bien en orden a liberar los recursos necesarios.

Existen dos explicaciones alternativas de este fenómeno. La primera se basa en la idea de que los factores de producción son específicos para cada producto; es decir, especializados en la producción de ciertos bienes y de relativamente poco uso en la producción de otros bienes. La segunda explicación comienza con la premisa de que todos los factores son homogéneos y atribuye el fenómeno de los costos de oportunidad crecientes al hecho de que las diferentes industrias utilizan factores en diferentes proporciones.

² En esta expresión Mill introdujo todos los países y multiplicidad de mercancías.

Indiferencia de la comunidad

Ricardo no determinó los términos de intercambio de equilibrio por que su modelo de ventaja comparativa solo consideraba la oferta. Para determinar los precios de equilibrio debemos introducir también la demanda, como lo enfatizó John Stuart Mill. El propósito es introducir la demanda.

Curva de indiferencia

Una curva de indiferencia es el lugar geométrico de todas las combinaciones alternativas de bienes que le permiten al consumidor obtener un nivel dado de satisfacción o utilidad; describe el comportamiento positivo y muestra como se modifica el bienestar cuando se presenta un cambio en el consumo.

La tasa marginal de sustitución de queso por vino muestra el número de unidades de vino que el consumidor podría sacrificar por una unidad extra de queso y continuar todavía obteniéndole mismo nivel de satisfacción o utilidad, es decir, continuar consumiendo a lo largo de la misma curva de indiferencia. El objetivo del consumidor es alcanzar la curva de indiferencia más alta posible, con el mayor nivel de satisfacción dados un ingreso monetario fijo y unos precios fijos de los bienes.

Supóngase ahora que el precio del queso disminuye mientras que el precio del vino y el ingreso del consumidor permanecen constantes. El consumidor se desplazara, entonces, a un nuevo equilibrio determinado por el punto de tangencia entre la nueva línea de presupuesto y la mayor curva de indiferencia posible. Esto es lo que queremos decir con comportamiento positivo.

Equilibrio general en una economía simple

A diferencia de una economía cerrada, la cual produce la canasta de bienes que sus ciudadanos desean consumir, una economía abierta utiliza el comercio internacional para cortar el nudo gordiano entre producción y consumo. La decisión de que bienes producir descansa en las actividades de la empresa que buscan maximizar beneficios y la decisión acerca de que bienes consumir descansa en las actividades de los consumidores individuales que buscan maximizar su utilidad. Los productos ajustan sus planes de producción de tal manera que sus costos marginales se vuelven iguales a los precios internacionales dados y los consumidores ajustan sus planes de consumo de tal manera que sus tasas marginales de sustitución sean iguales a la razón de precios internacionales dada.

Curva de oferta neta

Una curva de oferta neta simplemente muestra las ofertas netas de un país a diferentes términos de intercambio. Una curva de oferta neta se representa por dos números: la cantidad, digamos, de queso que el país esta dispuesto a exportar y la cantidad de vino que el país esta dispuesto a importar. El lugar geométrico de todas las ofertas netas del país es su curva de oferta neta.

Los términos de intercambio

Como hemos visto, el precio relativo del queso muestra la cantidad de unidades de vino que se intercambian en el mercado internacional por una unidad de queso. Estos intercambios con frecuencia se denominan términos de intercambio de bienes o términos de intercambio neto de trueque.

En la práctica, cada país exporta e importa muchos bienes, no sólo uno, razón por la cual el precio de las exportaciones se calcula como un número o índice de los precios de las exportaciones. De igual manera, el precio de las importaciones se calcula como un número índice de los precios de las importaciones. Tales índices de las exportaciones e importaciones son regularmente reportados por el Fondo Monetario Internacional en el boletín mensual Estadísticas Financieras Internacionales. Los términos de intercambio netos de trueque son entonces, iguales a la razón de los índices:

$$\text{Términos de intercambio} = \frac{\text{índice de precios de las exportaciones}}{\text{índice de precios de las importaciones}}$$

1.2 LA TEORÍA NEOCLÁSICA

1.2.1 Teoría del equilibrio y el comercio internacional

Eli F. Heckscher y Bertil Ohlin incorporaron la teoría del comercio internacional a la teoría del equilibrio general. Empiezan por corregir a los clásicos al considerar que el comercio internacional no debe explicarse a partir de los costos comparativos, sino del fundamento mismo de los costos comparativos, cuyas bases últimas radican para ellos en la diferente dotación de factores productivos en cada país o región.³

La interdependencia

Los factores que principalmente determinan a la oferta y a la demanda de mercancías son: La oferta ante todo está determinada por la remuneración de los factores con relación a sus rendimientos. Esta relación a su vez está influida por la oferta de los factores y las condiciones técnicas de la producción. Del lado de la demanda influyen los precios de las mercancías, los ingresos de los consumidores y la estructura de la demanda (gustos y costumbres).

El precio de los factores y el precio de las mercancías básicamente depende de la escasez o abundancia de unos y otras. En general, existe entre todas las unidades productivas y las ramas de la producción de un lado, y de éstos con las unidades de consumo de otro lado, una interdependencia que es el resultado de la interconexión del todo el conjunto de magnitudes que determinan la estructura de los precios, dados el nivel de ingreso y el avance tecnológico.

³ Ya los mercantilistas se habían referido a este aspecto y no fue ignorado por Hume y Smith. Este último se refirió a que la tasa ordinaria o media de los salarios y los beneficios se conformaba sólo dentro de una circunscripción particular, etc. Sin embargo, correspondió a Heckscher y a Ohlin darle una importancia destacada.

Esta interdependencia esta integrada por un conjunto de variables como los precios de los factores y de las mercancías acabadas, el nivel del ingreso y su distribución, la productividad de la fuerza de trabajo, el capital acumulado, las condiciones técnicas de la producción, el grado de organización económica y por ciertas condiciones institucionales.

El comercio interregional como capítulo de la teoría de la localización

a) La teoría de la localización.

Los recursos naturales son limitados y están distribuidos en forma desigual en el mundo. Por lo que determina, condiciones diferentes entre las regiones para la producción de ciertos productos. La explotación de estos recursos naturales condujo a los individuos a la especialización en determinadas actividades y a crear instrumentos de trabajo y técnicas apropiadas para la explotación de dichos recursos.

Esta especialización con base en los recursos naturales, en la medida que la acumulación de capital y el conocimiento tecnológico se desarrollan originan la tendencia en forma continua a depender menos de dichos recursos y cuando la humanidad avanza considerablemente surge la sustitución de los recursos naturales por productos sintéticos y en cierto caso adquiere preeminencia. Al progreso tecnológico en materia industrial se suma la acción del desarrollo de los transportes.⁴

b) El comercio interregional

Al comercio interregional se le considera como un capítulo de la teoría de la localización, por que la diferencia de oferta de factores entre las regiones geográfica-económicas determina la localización de las actividades productivas. Las regiones se caracterizan por disponer de equipos de factores apropiados para producir con ventaja determinados artículos y en estas diferencias de equipos de factores específicos radica la causa básica y mediata del comercio entre regiones, al emplearse en cada región los recursos más abundantes, que son a la vez más baratos.

La causa directa del comercio consiste en la diferencia de precios absolutos. Por consiguiente, el problema fundamental que debe aclarar la teoría del comercio internacional -según nos dice Ohlin- es la relación que existe entre las diferencias de costos y precios de las mercancías entre las regiones, y las relaciones entre los precios de los factores productivos a través de un libre intercambio de mercancías.

Hay ciertas características del intercambio que ofrecen un punto común; la especialización interregional individual. Ésta descansa en diferencias de habilidad personal y aquélla en diferencias de equipos de factores. En última instancia el comercio es intercambio de factores abundantes por factores escasos.

⁴ Ya Weber, cuando hablaba de los factores principales de la localización industrial asignaba al transporte un papel decisivo sobre los otros tres factores que mencionaba dentro de las más importantes: la ubicación de las materias primas.

1.2.2 El modelo de Heckscher-Ohlin

Su idea básica de Eli Heckscher y Bertil Ohlin descansa en dos premisas: (1) los bienes difieren en sus requerimientos de factores y (2) los países difieren en sus dotaciones de factores. De acuerdo con Heckscher y Ohlin, un país tiene una ventaja comparativa en aquellos bienes que utilizan sus factores abundantes de manera intensiva.

Teorema de Heckscher-Ohlin: la remuneración de los factores difiere en dos países de aptitudes diferentes, pero el comercio internacional tiende hacia una igualación que, sin embargo, no llega a ser completa. El libre intercambio de mercancías tiende a nivelar no sólo el precio de estas, sino también el precio de los factores productivos en dos países de aptitudes diferentes, pero dicha tendencia hacia la igualdad de los precios de las mercancías y de los factores no conduce a una igualdad absoluta. “El intercambio internacional aproxima las remuneraciones de los factores porque dicta combinaciones productivas mejor adoptadas a las dotaciones de factores de cada país” (Ley de proporción de factores).

Los supuestos básicos del modelo de Heckscher-Ohlin

1. Número de países, factores y bienes: existen dos países (A y B); cada país cuenta con dos factores de producción homogéneos (trabajo y capital) y produce dos bienes (alimentos y acero). El modelo es también conocido como 2x2x2 (modelo par).
2. Tecnología: la tecnología es igual en ambos países. El supuesto significa que la función de producción de alimentos y el acero es la misma tanto en A como en B.

Ohlin descartó esto “las condiciones físicas son iguales en cualquier lugar”. El conocimiento disponible para un país lo está también para cualquier otro, y que tarde o temprano los nuevos inventos de un país se diseminan a través del resto del mundo. El problema es que, cuando el progreso técnico se concentra y continúa sistemáticamente solamente en un pequeño número de países, el resto del mundo aparece como atrasado tecnológicamente y nunca tiene tiempo de ponerse al día.

3. Rendimientos constantes a escala: es un cambio proporcional en todos los insumos origina que la producción cambie en el mismo porcentaje de los insumos.
4. Fuerte intensidad de factores: un bien siempre es intensivo en el uso del trabajo con relación al segundo bien, a los mismos precios de los factores, un bien utiliza más unidades de trabajo por unidad de capital que el otro bien, o viceversa.
5. Especialización incompleta: ningún país se especializa completamente en la producción de un solo bien.
6. Competencia perfecta: regula todos los mercados de factores y de bienes. Excluye las estructuras de mercado monopolísticas y oligopolísticas, así como las rigideces de salarios y precios. Es un mercado perfectamente competitivo, todos los compradores y vendedores son receptores de precios, cada uno de ellos es demasiado pequeño para ejercer de manera individual cualquier influencia considerable sobre el precio.

7. Movilidad de los factores: los factores son perfectamente móviles dentro de cada país, permiten la movilidad de factores entre industrias (movilidad interna de los factores); pero inmóviles entre países, supone que los acuerdos institucionales en la economía mundial son tales que ni el trabajo ni el capital pueden migrar de una nación a otra (inmovilidad externa de los factores).
8. Similitud de gustos: Los gustos son bastante similares (pero no necesariamente idénticos) entre países.
9. Libre comercio: el comercio mundial esta libre de cualquier impedimento, tales como aranceles, cuotas y control de cambios.
10. Costos de transporte: los costos de transporte son cero.

Las principales proposiciones del modelo de Heckscher-Ohlin

La esencia del modelo básico de Heckscher-Ohlin puede resumirse en cuatro teoremas: el teorema de Heckscher-Ohlin: un país tiene ventaja comparativa en aquel bien que utiliza intensivamente el factor abundante en ese país.

Teorema de la igualación de los precios de los factores: el libre comercio iguala las retribuciones a los factores (rentas reales) entre países y, de esta manera, sirve como sustituto de la movilidad externa de los factores.

Teorema de Stolper-Samuelson: un incremento en el precio relativo de un bien incrementa, en términos de ambos bienes, la retribución real de aquel factor utilizado intensamente en la producción del bien y disminuye, en términos de ambos bienes, la retribución real del otro factor.

Teorema de Rybczynski: Cuando los coeficientes de producción están dados y las cantidades de factores están plenamente empleadas, un incremento en la dotación de un factor de producción incrementa la producción de aquel bien que utiliza de manera intensiva el factor que se ha aumentado y disminuye la producción del otro bien.

1.2.3 Modelo de los factores específicos y distribución de la renta

El modelo de factores específicos fue desarrollado por Paul Samuelson y Ronald Jones.⁵ Supone una economía que produce dos bienes y que puede asignar su oferta de trabajo entre los dos sectores. El Modelo de factores específicos permite la existencia de otros factores de producción además del trabajo. Mientras que el trabajo es el factor móvil que puede moverse entre sectores, suponemos que los otros factores son específicos. Es decir, pueden ser usados sólo en la producción de bienes particulares.

El modelo de los factores específicos difiere sólo ligeramente del modelo de Heckscher-Ohlin. A diferencia del modelo H-O, supóngase que cada país está dotado con tres factores diferentes: trabajo, capital y tierra. El trabajo es utilizado en la producción tanto de alimentos como de acero y es perfectamente móvil entre los dos sectores. El

⁵ Paul Samuelson: "Ohlin was Right". Swedish Journal of Economics No. 73 (1971), pp. 365-384; y Ronald W. Jones: "A Tree-Factor Model in Theory, Trade and History", en Jagdish Bhagwati et al. (eds.): Trade, Balance of payments and Growth. Amsterdam: North-Holland, 1971, pp. 3-21.

capital y la tierra, por su parte, son factores específicos: el capital y el trabajo son utilizados en la producción de acero, y la tierra y el trabajo son utilizados en la producción de alimentos.

El modelo de los factores específicos como la versión de corto plazo del modelo de H-O. En lugar de utilizar “tierra” y “capital” como factores específicos, permiten que cada sector tenga su propia oferta de equipo de capital, el cual en el corto plazo es específico para este sector. Sin embargo, con el paso del tiempo, este capital puede ser transferido de un sector a otra vía depreciación y reemplazo.

Factores específicos y costos de oportunidad crecientes

Ley de los rendimientos decrecientes (según la cual a medida que se agregan más unidades del factor variable al factor fijo, el producto físico marginal del factor variable disminuye luego de cierto punto).

A medida que se transfiere más y más trabajo de la producción de alimentos a la producción de acero, entra en acción la ley de los rendimientos decrecientes: el producto físico marginal del trabajo del acero disminuye, por que se combinan más unidades de trabajo (factor variable) con capital (factor fijo) y el producto físico marginal del trabajo de alimentos aumenta porque un menor número de unidades de trabajo se utilizan con la tierra. Por tanto, cuanto mayor es la cantidad de trabajo, dada una oferta de capital, mayor será el producto. El producto marginal del trabajo, es decir, el producto adicional generado al añadir una hora-hombre más. Si la cantidad de trabajo aumenta sin aumentar el capital, normalmente habrá rendimientos decrecientes: Por que añadir un trabajo significa que cada trabajador tiene menos capital para trabajar.

Precios, salarios y asignación del factor trabajo

La demanda de trabajo en cada sector depende del precio del producto y del salario. A su vez el salario depende de la demanda combinada de alimentos y acero. Dados los precios del acero y alimentos conjuntamente con el salario, podemos determinar el empleo y la producción de cada sector. En cada sector los empleadores, que maximizan su beneficio, demandarán trabajo hacia el punto en que el valor producido por una hora-hombre adicional iguale el coste de emplear esta hora de trabajo.

Puesto que el trabajo es un factor móvil, se desplazará del sector de salarios bajos al sector de salarios altos hasta que los salarios se igualen. El salario, a su vez, es determinado por el requisito de que el empleo total iguale a la oferta total de trabajo.

El comercio internacional en el modelo de factores específicos

Dos países, A y B, comercian entre sí. En el país A, el incremento del precio relativo del acero conduce a un incremento en el consumo de alimentos con relación al acero, y a una caída en la producción relativa de alimentos. Se convierte por tanto en exportador de acero e importador de alimentos. Lo mismo ocurriría con el país B a la inversa, se convierten así en importadores de acero y exportadores de alimentos. En equilibrio las exportaciones de acero de A deben ser exactamente iguales a las exportaciones de alimento de B.

La distribución de la renta y las ganancias del comercio

El comercio beneficia al factor que es específico para el sector exportador de cada país, pero perjudica al factor específico de los sectores competidores con la importación, con ambiguos efectos sobre el sector móvil.

El mejor modo de analizar las ganancias generales del comercio es plantear una cuestión diferente:

Primero, observamos que en ausencia de comercio la economía habría de producir lo que consume, y viceversa. Así, el consumo de la economía en ausencia de comercio habría de ser un punto sobre la frontera de posibilidades de producción.

Además observamos que una economía de intercambio le es posible consumir más de ambos bienes de lo que haría en ausencia de comercio.

Finalmente, si la economía en su conjunto consume más de ambos bienes, es posible, en principio, proporcionar a cada individuo más de ambos bienes. Estos mejorarían a todos, y demuestra, por tanto, que es posible asegurar que todos mejoraran como consecuencia del comercio. Todos podrían estar mejor incluso si tuvieran menos de un bien y más de otro, pero esto sólo refuerza la conclusión de que todos pueden potencialmente ganar con el comercio.

La razón fundamental por la que el comercio beneficia potencialmente a un país es que expande las opciones de elección de la economía. Esto significa, que siempre es posible distribuir la renta de tal modo que todos ganen con el comercio.⁶

La economía política del comercio

El comercio generalmente produce ganadores y perdedores. Esta idea determina la política comercial en la moderna economía mundial. Si todos fueran exactamente iguales en gustos y en renta habría una solución sencilla: el gobierno podría escoger las políticas que mejoraran, en la mayor medida posible, la situación del individuo representativo. En esta economía homogénea, el libre comercio internacional serviría realmente a los objetivos gubernamentales. Sin embargo, cuando la gente no es exactamente igual, el problema del gobierno no está también definido. El gobierno debe de alguna manera sopesar la ganancia de una persona frente a la pérdida de otra.

Siempre es mejor permitir el comercio y compensar a quienes resultan perjudicados por él, que prohibirlo. Todos los países industriales modernos mantienen una especie de “red de seguridad” de programas de apoyo de ingresos que amortiguan las pérdidas de grupos perjudicados por el comercio. Esto es considerado inadecuado, lo correcto es más apoyo y no menos comercio. Es más importante las ganancias potenciales del comercio que en las posibles pérdidas para algunos grupos en un país.

⁶ El argumento de que el comercio es beneficioso porque aumenta las opciones de la economía es mucho más general que esta explicación. Para una discusión más completa véase Paul Samuelson: “The Gains from international trade once again”. *Economic Journal* No. 72 (1962), p.p. 820-829.

1.3 LA COMPROBACIÓN DE LA TEORÍA NEOCLÁSICA

Muchos economistas, ven el modelo ricardiano demasiado limitado para que sirva como modelo básico del comercio internacional. Por el contrario, el modelo de Heckscher-Ohlin ha ocupado un lugar central en la teoría del comercio, por que permite el tratamiento simultáneo de los temas de la distribución de la renta y del patrón del comercio. Por tanto, el modelo que realiza mejores predicciones es demasiado limitado para otros propósitos, mientras que por ahora hay fuertes evidencias contra el modelo puro de Heckscher-Ohlin.

Aunque volvamos a la explicación ricardiana del comercio, no por ello volvemos a la idea de que el comercio no tiene efectos sobre la distribución de la renta. Mientras se utilice más de un factor en la producción, el comercio tendrá importantes efectos sobre la distribución de la renta. Así pues, es importante ver que factores se incorporan en las exportaciones e importaciones de un país.

1.3.1 Comprobación empírica de la teoría Ricardiana

Hay un número de aspectos en los que el modelo ricardiano realiza predicciones erróneas. En primer lugar, en las exposiciones sobre bienes no comerciables, el modelo ricardiano simple predice un grado de especialización extremo que no se observa en el mundo real. En segundo lugar, también hace abstracción de amplios efectos del comercio internacional sobre la distribución de la renta dentro de cada país, y por tanto predice que los países en su conjunto siempre ganan con el comercio; en la práctica el comercio internacional tiene importantes efectos sobre la distribución de la renta. En tercer lugar, no otorgan ningún papel a las diferencias de recursos entre países como causa del comercio, omitiendo así un aspecto importante del sistema. Finalmente, el modelo ignora el posible papel de las economías de escala como causa del comercio, lo que la hace ineficaz para explicar los grandes flujos comerciales entre naciones aparentemente similares.

A pesar de estos fallos, la predicción básica del modelo ricardiano –que los países tenderán a exportar aquellos bienes en los que su productividad es relativamente alta- ha sido sólidamente confirmada por numerosos estudios a lo largo de los años.

McDougall (1951) realizó uno. Los salarios en los Estados Unidos de América (EUA) eran cerca del doble de los salarios de Inglaterra y argumentaba que en las industrias en las cuales la producción por trabajador fuera más del doble en los EUA que en Inglaterra, los costos monetarios de producción en los EUA serían menores que los costos monetarios en Inglaterra. Tenían una ventaja de costos y los productores venderían por debajo del precio de los productores de Inglaterra. Por su parte aquellas industrias en las cuales la producción por trabajador fuera cerca del doble en los EUA que en Inglaterra venderían a menor precio que sus contrapartes americanos. McDougall encontró que la mayoría de las industrias obedecían esta regla: Cuando la relación de productividad era mayor de 2, los EUA tenían una participación mayor del mercado de exportaciones en tanto que, cuando la relación de productividad era menor de 2, Inglaterra tenía la mayor participación.

McDougall dice que el país que tiene la ventaja de costos no captura la totalidad del mercado de exportaciones, como la teoría clásica nos llevaría a pensar, porque atribuye este fenómeno a la existencia de mercados imperfectos (monopolísticos y oligopolísticos), de productos no homogéneos, de costo de transporte y similares.

El mayor defecto de la teoría clásica continúa siendo que no aporta ninguna luz sobre que determina la ventaja comparativa y sobre como puede esperarse que esa ventaja comparativa cambie en el futuro.

1.3.2 La paradoja de Leontief

El teorema de Heckscher-Ohlin se aceptó, generalmente, sobre las bases del empirismo casual. Leontief concluyó que la producción de bienes que competían con las importaciones norteamericanas requería 30% más de capital por trabajador que la producción de sus exportaciones. Este resultado, que era exactamente lo contrario de lo que predecía el modelo de Heckscher-Ohlin, se conoce como la paradoja de Leontief. Utilizó la tabla de insumo producto y encontró que los bienes competitivos de las importaciones de los Estados Unidos eran más intensivos en capital con relación a sus exportaciones.

Baldwin aseguró que en 1962 los sustitutos de las importaciones de los Estados Unidos eran más intensivos en capital que sus exportaciones. Sin embargo, Stern y Maskus demostraron que en 1972 la paradoja se había invertido, dado que la razón capital-trabajo era mayor en la producción de exportaciones de los Estados Unidos que en la producción de bienes que compiten con las importaciones de los Estados Unidos.

Recientemente, Leamer (1980) dio un paso a la solución de la paradoja Leontief. Observando que los Estados Unidos eran exportadores netos de servicios tanto de capital como de trabajo, uno debería comparar las razones capital-trabajo de la producción y el consumo de los Estados Unidos, no las razones capital-trabajo de las exportaciones e importaciones. Brecher y Choudhri (1982), quienes argumentaron que un país puede ser un exportador neto de servicios de trabajo solamente si el gasto por trabajador es menor en ese país que en el resto del mundo, pero éste claramente no era el caso norteamericano. De esta manera, la paradoja continúa.

Explicaciones de la paradoja Leontief

Efectividad del trabajo de los Estados Unidos. Leontief aseguró que la aparente mayor abundancia de capital por trabajador en los Estados Unidos con relación a otros países es, en realidad, una ilusión. Argumentaba que Estados Unidos son un país abundante en trabajo, porque los trabajadores norteamericanos son mucho más productivos que los extranjeros. Un trabajador-año del trabajo de los Estados Unidos es equivalente a tres trabajadores-año de trabajo extranjero. Las cualidades también incrementaban la productividad del capital de los Estados Unidos.

El argumento de Leontief puede ser admisible solamente en la extensión en que estos factores incrementen la productividad del trabajo de los Estados Unidos mucho más de lo que incrementan su productividad del trabajo, entonces la mayor abundancia de capital en los Estados Unidos con relación a otros países permanece intacta.

Sesgo del consumo. Supóngase que los Estados Unidos tienen más capital por trabajador que el resto del mundo, pero que los gastos norteamericanos están fuertemente más sesgados hacia el consumo de bienes intensivos en capital. En la ausencia del comercio internacional, el precio relativo del trabajo puede ser inferior en los Estados Unidos que en el resto del mundo y los Estados Unidos exportarían bienes intensivos en trabajo.

Un sesgo en el consumo sea la principal explicación de la paradoja de Leontief. Existe una similitud de demanda entre países. A medida que el ingreso per cápita aumenta, la gente tiende a gastar más en bienes intensivos en trabajo que en bienes intensivos en capital. Si en realidad existe un sesgo, el sesgo debe de ser más hacia bienes intensivos en trabajo que hacia bienes intensivos en capital; es lo contrario para explicar la paradoja de Leontief.

Revisión de la intensidad de los factores. Los supuestos de Heckscher-Ohlin son que un bien es intensivo en capital con relación a otro bien para todas las razones salario-renta. No existe ninguna razón a priori para que este supuesto de fuerte intensidad de factores sea válido en la práctica. El acero puede ser intensivo en capital para razones salario-renta bajas, pero intensivo en trabajo para razones salario-renta altas. Inglaterra, el país abundante en trabajo, exporta alimento, entonces los Estados Unidos, el país abundante en capital, debe exportar acero, mostrando así una paradoja de Leontief. De otro lado, si los Estados Unidos exportan alimento, entonces Inglaterra debe de exportar acero y mostrar así una paradoja de Leontief.

Hasta el momento los resultados empíricos no son convincentes, aunque está claro que la reversión en la intensidad de los factores ocurre en el mundo real. Por ejemplo, la agricultura es intensiva en capital en los Estados Unidos pero intensiva en trabajo otros países. Sin embargo, la mayoría de los economistas creen que la reversión en la intensidad de los factores no prevalece tanto en el mundo real como para explicar la paradoja de Leontief.

Aranceles y otras distorsiones. Todas las naciones interfieren con el libre flujo de su comercio internacional por medio de la aplicación de aranceles y barreras no arancelarias. El arancel de los Estados Unidos protege principalmente a las industrias que compiten con las importaciones y que utilizan grandes cantidades de trabajo, principalmente trabajo no calificado. Debido a este sesgo en el arancel de Estados Unidos, la estructura de las importaciones de Estados Unidos está sesgada hacia los bienes más intensivos en capital, lo cual, a su vez, incrementa la razón capital-trabajo promedio de la producción norteamericana que compite con las importaciones.

La producción extranjera por parte de las corporaciones norteamericanas, es incorporada estructuralmente en la economía materna de los Estados Unidos sus embarques a los Estados Unidos serían reconocidos como una parte del comercio interno, más que como importaciones de ese país. A su vez, un procedimiento de esta índole puede invertir la intensidad del capital del comercio de los Estados Unidos con el resto del mundo, y explicar así la paradoja de Leontief.

Recursos naturales. Jaroslav Vanek (1963) elaboró una explicación de la paradoja de Leontief, centrándose en un tercer factor: los recursos naturales. Los Estados Unidos ya no son abundantes en recursos naturales. Ahora los Estados Unidos importan grandes cantidades de una variedad de metales y minerales que acostumbraban a exportar, como bauxita, cobre, hierro, plomo, magnesio, uranio, zinc y, especialmente, petróleo. Al importar productos derivados de recursos naturales los Estados Unidos necesariamente importan grandes cantidades de capital. Así, cuando nos concentramos solamente en dos factores, los Estados Unidos aparecen importando bienes intensivos en capital.

Leontief tuvo éxito al invertir la paradoja, pues mostró que cuando se excluyen los productos derivados de los recursos naturales, la intensidad del capital de las exportaciones de los Estados Unidos excede la de los sustitutos de las importaciones. Baldwin, por su parte, no encontró nada de esto. Sus resultados, indican que cuando se excluyen los productos derivados de recursos naturales, la intensidad del capital de los sustitutos de las importaciones de los Estados Unidos disminuye sustancialmente, pero no van más allá de la intensidad de capital de sus exportaciones. De esta manera la paradoja continúa.

Clasificación del trabajo y capital humano. Leontief clasificó todo el trabajo en un mismo grupo, y muchos economistas dijeron que no. Los servicios de un granjero no se pueden agrupar con los de un profesionalista. Cosechar no requiere calificación, solamente trabajo primario, los servicios profesionales requiere una cantidad de conocimientos y habilidades que se tienen empleando muchos años en la facultad y entrenamiento en postgrado. Los economistas usan el elegante término de capital humano para referirse a la inversión en educación. Es inapropiado combinar los servicios de un granjero con los servicios de un profesionalista y llamar a esta suma "trabajo".

CAPÍTULO 2

GLOBALIZACIÓN Y LA IMPORTANCIA DE LA APERTURA COMERCIAL

CAPÍTULO 2

GLOBALIZACIÓN Y LA IMPORTANCIA DE LA APERTURA COMERCIAL

2.1 ANTECEDENTES HISTÓRICOS

La globalización de la economía mundial en éstas últimas décadas del siglo XX ha vinculado aún más la realidad interna de las naciones con su contexto externo. La expansión del comercio, las operaciones transnacionales de las empresas, la integración de las plazas financieras en una mega mercado de alcance planetario, y el espectacular desarrollo de la información, han estrechado los vínculos entre los países. En algunas regiones la formación de los espacios multinacionales es otra manifestación de la globalización del orden mundial.

Vivimos, sin embargo, en un mundo paradójico. Pese a los extraordinarios avances de la globalización, los mercados internos absorben más del 80% de la producción mundial.

La globalización coexiste, pues, con el peso decisivo de la cultura, los mercados y los recursos propios. La articulación de esta dimensión endógena de la realidad con su contexto externo determina el desarrollo o el atraso de los países.

Comienza en la última década del siglo XV; se verificaron simultáneamente dos condiciones: el aumento de la productividad del trabajo y un orden mundial global. En ausencia de una o ambas de estas condiciones no se plantea el dilema del desarrollo en un mundo global.

En la Antigüedad y en la Edad Media, la productividad crecía lentamente. La actividad económica se destinaba a la subsistencia de la fuerza de trabajo y al sostenimiento de las clases dominantes. El progreso técnico era muy lento y los recursos asignados a la acumulación del capital en el proceso económico representaban proporciones ínfimas; en tales condiciones, el impacto de los vínculos con el mundo externo sobre el desarrollo económico era insignificante.

En los grandes imperios de Europa y Oriente en la Antigüedad y la Alta Edad Media, el dilema del desarrollo en un mundo global no se planteaba por la inexistencia de aquellas dos condiciones necesarias y suficientes.

Entre los siglos XI y XV, el desarrollo del capitalismo comercial, el incipiente progreso técnico y las transformaciones sociales, permitieron un lento pero persistente crecimiento de la productividad. En las nuevas condiciones, las relaciones externas de los países comenzaron a ejercer mayor influencia sobre la producción, la distribución de la riqueza y la acumulación de capital.

El incipiente desarrollo económico de Europa planteó, por primera vez, una de las dos condiciones del dilema dimensión endógena - contexto externo. Sin embargo, hasta fines del siglo XV la cuestión era esencialmente de carácter intra europeo.

El sistema internacional global recién se constituye a partir de la última década del siglo XV con el encuentro de Europa con América y la llegada de los portugueses a Oriente por vía marítima.

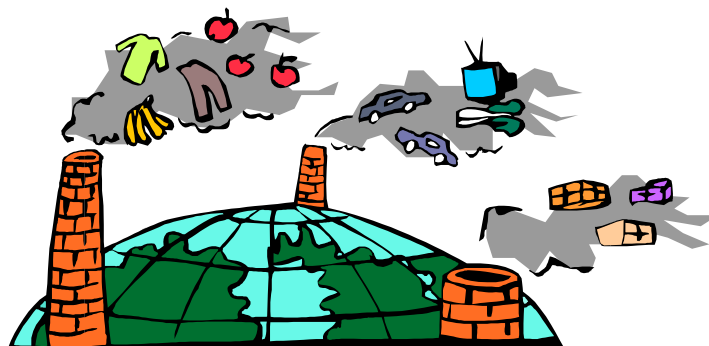
Alrededor del año 1500 convergieron, pues, el aumento persistente de la productividad y la existencia de un sistema internacional globalizado. Recién entonces se plantea, el dilema fundamental de las interacciones entre el ámbito interno y el contexto mundial como determinante del desarrollo y el subdesarrollo de los países, y del reparto del poder entre los mismos.

En este período comenzó también a gestarse la distinción entre el poder tangible y el intangible. El tamaño de su población y los recursos naturales constituyen el poder tangible de cada país y, los factores intangibles asentados en la tecnología y la acumulación de capital. En ausencia de estos componentes, el poder tangible se disuelve en el subdesarrollo. Así, desde el despegue del Primer Orden Económico Mundial comenzó a tejerse la trama sobre la cual se articuló el sistema internacional y la distribución del poder entre las naciones.

Más tarde, en el siglo XIX, el ferrocarril y la navegación a vapor provocaron la drástica rebaja de los fletes terrestres y marítimos. Las comunicaciones registraron el revolucionario impacto del telégrafo y de los cables submarinos. Esto permitió la ocupación de los espacios abiertos del Nuevo Mundo, Oceanía y África del sur, indujo el movimiento de capitales desde los centros industriales a la periferia y promovió migraciones masivas.

Algunos indicadores de la globalización, como la relación entre el comercio y la producción mundial y el capital extranjero respecto de la inversión total, en vísperas de la Primera Guerra Mundial, eran semejantes y aún mayores que en la actualidad; la universalización de las plazas financieras. Al fin y al cabo, los mercados monetarios operan en marcos regulatorios que dependen de decisiones políticas.

Hasta tiempos recientes la cuestión ecológica era prácticamente irrelevante en las relaciones internacionales y la pobreza, un tema encerrado dentro de las fronteras de cada país. La universalización de ambas cuestiones es actualmente el principal factor explicativo de los mayores desafíos que confronta el sistema mundial. En efecto, el tráfico de armamentos, la difusión de armas de destrucción masiva, el narcotráfico, las migraciones internacionales, el crecimiento demográfico, la destrucción de la naturaleza y de recursos no renovables, los fundamentalismos de diverso signo y la violencia están íntimamente asociados a la globalización de aquellas dos cuestiones cruciales del orden contemporáneo. Actualmente, ellas forman parte esencial del viejo dilema del desarrollo y del subdesarrollo en un mundo global. Constituyen la trama profunda de la cual dependen la paz y la seguridad internacionales.



2.2 GLOBALIZACIÓN

La globalización es un proceso de integración mundial que está ocurriendo en los sectores de comunicaciones, economía, finanzas y en los negocios. Por su amplitud y velocidad, ese fenómeno está afectando profundamente individuos, empresas y naciones, ya que altera los fundamentos sobre los cuales se organizó la economía mundial en los últimos 50 años. El mundo vive una etapa de globalización en todos sus procesos económicos y los países se alejan cada vez más de los conceptos tradicionales de Estado-nación, para integrarse lentamente a agrupaciones regionales que definen hoy un nuevo perfil de la economía internacional. Bajo esta perspectiva el sujeto de análisis macroeconómico de finales de siglo es la economía abierta que se integra en forma dinámica a la globalización.



El proceso de globalización debe ser entendido como un cambio en la estructura institucional y organizacional de las naciones; es decir los cambios estructurales de los países inciden sobre la conducción de la macroeconomía, por lo cual, la presencia del sector externo, se considera relevante sobre los modelos económicos planteados por los gobiernos y por tanto el papel de las relaciones multilaterales, en términos comerciales, financieros y culturales, deben ser acotados en su justa dimensión.

La caída de las barreras aduaneras, la formación de bloques económicos, la velocidad de las comunicaciones, los cambios tecnológicos y el flujo de capitales internacionales son las principales fuerzas que están moldeando un nuevo orden mundial. La fábrica global produce hoy 29.5 billones de dólares, el 51 por ciento lo generan economías avanzadas, en tanto 156 economías en desarrollo o en transición tan sólo aportan el 43 por ciento del producto global. El origen del producto global proviene en un 55 por ciento de los servicios, 38 por ciento de la industria y solo un 7 por ciento de la agricultura¹. El proceso de globalización no se ha terminado de realizar, sino que se encuentra en construcción, se sabe que se ha iniciado, sin que estemos ciertos de cuando habrá de completarse. La economía mundial ha adquirido un carácter global, en donde se fragua un marco más integrado de la producción, del comercio, de las comunicaciones, de las relaciones financieras e incluso de los mercados laborales, que son los ejes de estudio de la globalización².

¹ World Bank: World Development Indicators 1998. Pág. 14.

² Clemente Ruiz Duran: Macroeconomía Global, México, 1999. Pág. 38.

2.2.1 Las comunicaciones y la tecnología

El proceso de la globalización se ha visto impulsado por el desarrollo de las comunicaciones y la tecnología en el siglo XX. El paso de la transformación de los transportes del ferrocarril al automóvil y posteriormente al avión, facilitó el incremento del comercio mundial, de esta forma el transporte masivo de tecnología de la información que nadie hubiera imaginado a principios del siglo.



Estas transformaciones se apoyan en una aceleración sin precedentes en los procesos tecnológicos, tanto en lo que atañe al ritmo mismo de las innovaciones como en lo que se refiere al lapso que transcurre entre la innovación y su incorporación en la producción. Tal proceso se inició a principios del siglo XX hasta los años 70 y ha llegado a ser titulado como la "tercera revolución tecnológica e industrial". Se ha asentado en la electrónica, la informática, la robótica, los nuevos materiales, la genética y la biotecnología.

Las nuevas tecnologías en las comunicaciones vía satélite, como el MODEM, posibilitan el intercambio de informaciones con rapidez y precisión a costos relativamente bajos. Esto ha transformado la gestión de los negocios internacionales al permitir la transmisión y el procesamiento de las informaciones a velocidades sin precedentes, disminuyendo el tiempo de maduración de las negociaciones, ampliando las posibilidades de planificación, coordinación y control de las operaciones internacionales y agilizando la toma de decisiones. Con el advenimiento de la red de comunicación con grandes posibilidades para lograr una mayor globalización de información a menores costos; en este espacio cibernético se puede comprar y vender cualquier tipo de mercancías y servicios, abriendo también la posibilidad del rediseño de los centros de trabajo, e incluso de las ciudades, ya que al ser un sistema de información descentralizado permite los espacios de trabajo interconectados, abriendo las posibilidades de una descentralización de los centros de trabajo y, por consecuencia, de la población dentro de una dimensión de una nueva territorialidad, donde el factor común habrá de ser el flujo de ideas y de información.



El entorno generado por un proceso de intercambio de información creciente entre las empresas, permite la creación de sinergias para el desarrollo de tecnología en las naciones. El desarrollo tecnológico puede ser impulsado de forma indirecta por el gobierno, a través de la concesión de contratos a las empresas, que en algunos países permiten la creación acelerada de prototipos, que son aplicados posteriormente a otros fines.

Estados Unidos, Japón y Europa son los principales productores de tecnología. América latina es un campo potencialmente importante en inversiones tecnológicas pero es necesario haber incorporado la mundialización económica, por lo que no se habla de mundialización sino de la aceptación del nuevo paso.

A nueva tecnología, nueva capacitación. Regla tan necesaria como urgente para poder competir en un mundo acelerado. La decisión estatal va ser de imprescindible necesidad. El compromiso de un acercamiento de la tecnología a todos y su respectiva capacitación es el único rumbo a tomar, no para ser protagonista, pero si para estar acorde con los cambios globales.

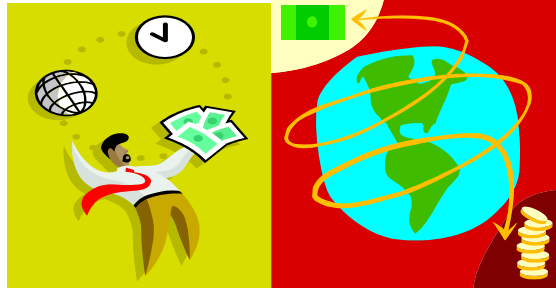
Estas son sólo unas de las facetas del mundo globalizado. Están además presentes los siguientes efectos económicos:

- La estandarización de productos y servicios: significa que éstos tienen poca o nula variación entre los distintos países o regiones donde se distribuyen.
- Reducción de barreras arancelarias: ha introducido el llamado consumo de productos masivos, permitiendo que muchos países tengan acceso a éstos.
- Economía de escala: implica hacer los productos más competitivos con una estrategia de bajos costos.
- La creación de grandes corporaciones e integración de las empresas: permite un mayor control del mercado.
- La creciente integración de las economías nacionales a los mercados globales, pues de éstos últimos depende el crecimiento y la estabilidad de aquellas.
- Configuración de grandes zonas integradas de comercio.

2.2.2 El sistema financiera (los flujos de capitales)

En torno a los procesos financieros en que surgió la expresión de global, fue la integración de los mercados financieros y la fluidez de capitales internacionales con velocidad entre países y mercados lo que permitió que a cualquier hora del día sea posible realizar inversiones financieras en alguna parte del mundo, ya que los mercados financieros se van moviendo como va girando el mundo, o sea, primero se abren en el sureste asiático, para cuando atardece abren en el mercado europeo y antes de que termine el día han empezado las operaciones en América, que no terminan en realizarlas cuando nuevamente en el sureste asiático ha reiniciado sus operaciones. Esto muestra la integración de los mercados financieros que hoy por hoy son los más integrados.

No sólo las grandes empresas multinacionales invierten en otros países. Vemos que incluso las pequeñas empresas se aventuran a invertir en el resto del mundo. La diversidad sectorial de la inversión extranjera ha aumentado, especialmente el sector de servicios, hoy en todas las grandes ciudades del mundo existen inversiones de servicios. Se suma que existe una mayor libertad para la inversión extranjera en todo el mundo.



La mayor movilidad financiera se puede constatar con el aumento del mercado de divisas, que de registrar movimientos diarios en promedio de 200 mil millones de dólares en los ochenta, hoy es de 1.2 billones de dólares, equivalente a aproximadamente el 85 por ciento de las reservas en divisas de todos los países del mundo.

Este incremento en la movilidad del capital ha traído como resultado un proceso de inversión más dinámico a nivel global. Sin embargo la movilidad ha resultado también en una mayor inestabilidad, tornando las economías nacionales vulnerables, dado lo especulativo de la inversión de cartera que es capaz de desatar una crisis en cualquier país que no observe la disciplina financiera que implica la globalización, tal como aconteció a finales de 1994 en México provocada por la evasión de capitales internacionales, que provocó la desvalorización del peso y una fuerte recesión económica. Sus efectos se extendieron hacia otros países latinoamericanos, que fueron afectados por la desconfianza del sistema financiero internacional en sus programas de ajustes económicos, a este efecto se le llamo el “efecto tequila” y sus consecuencias fueron hasta 1996. Lo mismo sucedió en 1997-98 en el sudeste asiático atacando a los países miembros de la ANSEA, y recientemente a inicios del 2002 ocurrió en Argentina. De esta forma, la globalización de los movimientos de capitales abre un esquema de aplacamiento para la inversión, pero a la vez la necesidad de una regulación que prevenga la inestabilidad³.



2.2.3 El comercio

³ Naciones Unidas a puesto a discusión la introducción de un impuesto a los movimientos de capital de corto plazo con el fin de reducir la inestabilidad financiera, tal como lo plantea el Premio Nobel James Tobin.

En lo económico las dos principales mega tendencias económicas son la formación de bloques económicos regionales, como NAFTA, MERCOSUR, UE, etc., y la caída de las barreras aduaneras, que se han verificado en la mayoría de los países. La consecuencia más visible fue el aumento del comercio internacional de productos que, según la Organización Mundial de Comercio (OMC), alcanzó en 1995 el valor de 4,875 billones de dólares.

Esto ha sido favorecido por la reducción de las políticas proteccionistas, en la segunda mitad del siglo XX, que ha acelerado el proceso de integración de los mercados. Este proceso de liberalización comercial permitió que el comercio internacional acelerara su crecimiento de manera considerable en las últimas dos décadas, elevando su ritmo de crecimiento de un promedio de 8 por ciento promedio anual en el período 1980-90 a una tasa de 10 por ciento entre 1990 y 1995. El comercio Mundial se incrementó en 165 por ciento en el período 1980-95.

La integración de la economía mundial es la tendencia de mayor impacto, ya que la caída de las barreras aduaneras permite que un mayor número de competidores internacionales comience a exportar sus productos con menores precios y mejor calidad, alterando, en pocos años, la estructura de los mercados nacionales. Sometidas a la competición internacional, las empresas locales procuran soluciones para mejorar su competitividad que, sin embargo, dependiendo del sector en que actúan, no son suficientes para asegurar su supervivencia en una economía globalizada.



En el proceso de expansión del comercio vale la pena destacar que se ha incrementado la participación de los países en desarrollo: de 23 por ciento en 1985 a 29 por ciento en 1995⁴. A lo anterior se ha sumado que los países en desarrollo han incrementado su comercio regional: el porcentaje de este comercio se elevó de 31 por ciento en 1985 a 37 por ciento en 1995. Sin embargo esta tendencia no ha sido generalizada, los países asiáticos y algunos latinoamericanos son los que más se han beneficiado de esta globalización.

2.2.4 Los mercados laborales

La globalización abre nuevas oportunidades para la creación de puestos de trabajo y afecta los determinantes del empleo y los salarios. Los cambios en la demanda agregada requieren una mayor capacidad de adaptación en la organización de los procesos de producción y de trabajo. Asimismo, la necesidad de aumentar la competitividad implica que el ajuste de los salarios está limitado por el crecimiento de la productividad del trabajo. En materia de empleo, la reducción del tamaño del sector público a escala global, traslada al sector privado una mayor responsabilidad en la creación de nuevos puestos de trabajo. Este último requiere no sólo inversión en capital

⁴ FMI. World Economic Outlook 1990 y 1997

físico sino también en capacitación, factor clave para elevar la productividad y la capacidad competitiva de los trabajadores. Por otra parte, aunque el Estado deja de ser un empleador de última instancia, retiene la responsabilidad de generar las condiciones favorables para que los empresarios puedan crear empleos.

El flujo de personas a través de las fronteras nacionales se ha incrementado conforme crece la interconexión de la economía mundial, aunque el flujo es todavía sumamente pequeño. La mayor parte del flujo migratorio es entre países en desarrollo, el flujo hacia los países industriales se ha incrementado en los últimos años. La migración ha traído beneficios para los países en desarrollo a través de del incremento en las remesas de los inmigrantes, que se han estimado en alrededor de \$70 mil millones de dólares para 1995, estos flujos han sido importantes para algunos países en desarrollo como México, El Salvador, Bangla Desh, Pakistán y Filipinas. Los perjuicios de la integración del mercado laboral para los países en desarrollo han sido en cuanto a capital humano, los grupos más capacitados encuentran incentivos para migrar hacia los países industriales, dándose una fuga de cerebros que tiende a reducir el potencial de crecimiento de los países en desarrollo.

Conviene mencionar que la tendencia de los mercados laborales mundiales es hacia la fragmentación, puesto que las oportunidades de empleo se presentan en forma más amplia para los trabajadores calificados, que para los no calificados.

2.2.5 Papel de las instituciones en la globalización

Dos décadas posteriores a la Segunda Guerra Mundial, los países industrializados de Norteamérica, Europa y Asia alcanzan tasas de crecimiento del PIB tres veces superiores que en los 130 años precedentes, lo que a su vez provoca una expansión a nivel mundial de las transacciones comerciales de estos países.

Con el fin de regular las crecientes relaciones comerciales, los países en cuestión generaron una estrategia económica y política de liberar todas las barreras al libre comercio, implantadas por la Estrategia de Sustitución de Importaciones. Producto de ello son las negociaciones del GATT, la creación del FMI y el BM, las áreas de libre comercio subregionales, etc.

Este proceso se vio acelerado por las diferentes crisis en que se vio inmerso el entorno internacional en los años 1971 (crisis del dólar), 1973 y 1979 (crisis del petróleo) y en 1982 (crisis de la deuda); otro elemento que ayudo al avance vertiginoso del mismo fue el surgimiento de una teoría económica a tono con los requerimientos del fenómeno: el Neoliberalismo.

El creciente proceso de liberalización de las economías, involucra tres actores internacionales: la Organización Mundial del Comercio, el Fondo Monetario Internacional, el Banco Mundial. Que debido al gran tamaño de los movimientos del comercio y las finanzas, la sofisticada tecnología de los movimientos de capital y de las comunicaciones y la concentración de poder económico, sino político, de las corporaciones, sin olvidar la presión competitiva internacional para aumentar la productividad y reducir los costos, tienen que intervenir estas instituciones, para realizar las reglas del juego para que los países se puedan integrar a los mercados mundiales.

Integración no sólo ha significado un aumento del comercio de bienes y de los flujos financieros, sino también la armonización institucional con respecto a la política comercial, códigos legales, sistemas impositivos, patrones de propiedad y otros acuerdos reguladores. En cada área, las normas internacionales juegan un papel muy importante y decisivo en el tipo de reformas que adoptan los países.

Así se tiene que como resultado de las negociaciones de 120 países de la Ronda Uruguay surgió la Organización Mundial del Comercio, que institucionaliza una codificación de los principios que rigen el intercambio de bienes y servicios. De igual forma el Fondo Monetario Internacional cuenta con una membresía casi universal, en donde la mayor parte de los países han acordado aceptar los principios básicos de convertibilidad cambiaria y reducir al máximo las restricciones a los movimientos de capital.

Considerando este nuevo marco constitucional, existen nuevas reglas del juego para la integración de los mercados que se encuentran reforzadas por una serie de normas no establecidas, que los países aceptan como parte de un nuevo orden no escrito que está creando las bases para el surgimiento de las instituciones de la economía globalizada.

2.2.6 Creación de bloques

En la globalización, se han consolidado una economía de bloques, los cuáles interactúan en este proceso de manera muy activa, creando polos de desarrollo que siguen sus propias reglas de integración, y que no responden al interés más general de los conceptos globales⁵. Uno de los puntos centrales en esta ámbito ha sido el comercio que se ha dado entre grupos de países más que como un proceso igualmente distribuido. El caso más destacado del comercio interregional se da en la Unión Europea, en donde dos terceras partes del comercio se realiza hacia el interior del mismo bloque, este es seguido de cerca por el bloque abierto del Pacífico, en donde la mitad del comercio se realiza hacia el interior del grupo encabezado por Japón, finalmente se encuentra el grupo del Tratado de Libre Comercio de América del Norte que realiza un poco más de una tercera parte de su comercio en el bloque mismo. El comercio interregional de los tres bloques absorbe el 41 por ciento del comercio total, lo que muestra un proceso reconcentrador del comercio y por lo mismo del ingreso mundial. De esta forma, la globalización tiende a acentuarse en aquellos países que forman parte de algún bloque económico, y de igual forma son elementos que en vez de disminuir la concentración del ingreso a nivel mundial, la exacerban cada vez más.

El regionalismo forzó una respuesta del resto del mundo, Europa y Asia fueron considerados por el resto del mundo como nuevas fuentes de conflicto, incluso muchos analistas llegaron a hablar de la fortaleza europea y del bloque abierto del Pacífico como un reto para el sistema comercial multilateral. Estos bloques incrementaron su comercio interregional, mientras los Estados Unidos mostraban incapacidad de incrementar su comercio con América Latina, y a su vez los latinoamericanos no fueron capaces de crear un bloque subregional. Latinoamérica tuvo una respuesta tardía al regionalismo del comercio mundial, y no fue hasta el fin de los 80's que encontró una estrategia general, (1) la primera fue un intento de acción colectiva en América del Norte, donde México y

⁵ Véase entre otros libros que cuestionan a la globalización el de Hirst P. & Thompson G. Globalization in Question. Polity Press 1996.

Estados Unidos coincidieron en negociar en 1990 un acuerdo regional de libre comercio, varios meses después Canadá se unió al grupo. Esta acción motivó a otros países de la región a optar por los acuerdos de libre comercio (como el acordado entre México con América Central, 1991), Chile (1991), Colombia y Venezuela (1991); (2) La segunda respuesta fue la propuesta del MERCOSUR en Sudamérica (1991). Esta tendencia hacia el regionalismo está moldeando el nuevo orden económico mundial, y establecerá las bases del sistema comercial global.

Las coaliciones en bloques son precisamente una respuesta a una falla del mercado, es una respuesta estratégica a las actitudes de proteccionismo de la mayoría de los países industrializados. En ese sentido, es mejor una política de coalición en bloque, que una política de país independiente.

2.3 EFECTOS DE LA GLOBALIZACIÓN

La globalización es un proceso, o mejor aún, es un conjunto de procesos, que vienen desarrollándose con aceleraciones y desaceleraciones a lo largo de los últimos cinco siglos. Estos procesos tienen dinámicas y ritmos desiguales, y su efecto conjunto es profundamente diferenciador tanto dentro de los espacios económicos nacionales y regionales, como entre las regiones del mundo. Ligada a un conjunto amplio de factores socioeconómicos, culturales, políticos, la globalización puede redundar en oportunidades de mayor bienestar social, progreso técnico y desarrollo económico, pero en otras condiciones puede generar efectos exactamente opuestos y verdaderas catástrofes.

Esto ha significado un reordenamiento productivo, haciendo que los países destinen una mayor proporción de su producción hacia bienes comerciables internacionalmente, reduciendo aquellos que no pueden comercializarse. La globalización ha modificado la combinación de bienes de la producción mundial, de forma que los países se ven obligados a modificar su patrón de producción tradicional. A lo anterior se suma que las empresas transnacionales deseosas de aprovechar las ventajas comparativas de cada país, han decidido aumentar su inversión en diferentes países, lo cual da por resultado que se eleve la producción extranjera.

Para México a partir de la negociación del TLC, fue que el impacto podría ser mayor, si se involucran más países, en este caso de América Latina. Así, la negociación comenzó con la firma de acuerdos con Chile, Colombia, Costa Rica y Venezuela. La inestabilidad política en Sudamérica es también un problema para asegurar la continuidad en las áreas de libre comercio; en este caso, los beneficios alcanzados bajo un régimen podrían variar si la administración es removida del poder. Posteriormente se lograron acuerdos de libre comercio con la Unión Europea y con Israel esto con el fin para no depender solamente de los Estados Unidos. Actualmente México busca un tratado de libre comercio con Japón y China. Teniendo un efecto enorme en la economía mexicana al ser la única nación con acuerdos comerciales con las mayores economías del mundo. No son sólo los factores productivos, sino los políticos los que pueden modificar dramáticamente el desarrollo de cada país dentro de las áreas de libre comercio.

En América Latina parece predominar la idea de que la globalización obliga a actuar a los países de la región y a su gente de un modo que no deja alternativa, como una nueva visión del “tren de la historia” al que debemos subirnos, pues de lo contrario nos quedaremos abajo para siempre viendo cómo se nos escapa el progreso.

La globalización es un proceso de desenvolvimiento o desarrollo desigual en sus diferentes niveles o dimensiones. Se encuentra mucho más desarrollado en materia financiera que en la de producción o de comercio. Se calcula que el valor anual de todas las transacciones del mundo es entre 12 y 15 veces mayor que el valor de la producción mundial de bienes y servicios no financieros, y alrededor de 60 o 70 veces mayor que el valor conjunto de todas las exportaciones mundiales de mismos rubros. Las finanzas dejan de ser el complemento de la economía para convertirse en la fuerza conductora de la misma subordinándola. Puede afirmarse, que estamos en presencia del tercer nivel de globalización del capital, después de la comercial (primer nivel) y de la productiva (segundo nivel). Resultado de la enorme volatilidad es el perfil especulativo de la economía mundial, que se recuerda mucho a la “economía de casino” a la que se refería Maynard Keynes. El colapso de las divisas europeas en septiembre de 1992; el crac mexicano de diciembre de 1994 y su “efecto tequila” sobre algunas economías de América del Sur, la quiebra de la firma inglesa Baring en 1995, las economías del sudeste asiático en 1997, y la crisis en Argentina en el 2002, ilustran de manera dramática la vulnerabilidad de la economía a los juegos financieros de la globalización.

A su vez, el valor del comercio mundial es apenas un tercio del valor del producto bruto mundial conjunto (respectivamente 8.7 y 25.2 mdd), lo cual indica que dos tercios del producto se realizan en los mercados nacionales respectivos y no en un supuesto mercado global, a pesar de los esfuerzos y la retórica a favor del crecimiento exportador: la apertura externa de las economías $[(X+M)/PIB]$ es menor en los países desarrollados que en los de desarrollo menor. El comercio mundial ha crecido en años recientes a ritmos más rápidos que los del producto, pero la diferencia en las tasas de dinamismo no alcanza ni con mucho a compensar las enormes diferencias absolutas.

La globalización opera de manera desigual para diferentes actores o sujetos. El capital financiero puede moverse de país en país buscando las tasas de ganancias y las condiciones de operación más atractivas, pero los trabajadores no pueden migrar con similar libertad para mejores condiciones de trabajo y de ingreso. Es posible afirmar que la ilegalidad impuestas a las migraciones laborales constituye una fuente de renta laboral diferencial para las empresas, puesto que les permite contratar a los trabajadores en condiciones de mayor precariedad para éstos.

La globalización es un proceso sometido a las tensiones y presiones recíprocas de sus principales protagonistas. En términos geo-económicos: Estados Unidos, la Unión Europea, y Japón fundamentalmente, y sus tensiones, conflictos y acuerdos recíprocos. Las reuniones periódicas del G-7 representan la instancia más evidente de coordinación y orientación gubernamental de los procesos del mercado mundial. La hipótesis de una regionalización económica del mundo en torno a tres grandes polos –Estados Unidos en el hemisferio occidental, Alemania y la Unión Europea en el viejo continente y Japón en el Asia/Pacífico- se apoya en la evidencia de que los flujos económicos internacionales tienden a centrarse en torno a estos tres puntos de referencia. En consecuencia, más que una globalización entendida como transacciones de todos con todos en niveles más o menos similares de valor e intensidad, estaríamos en presencia de la constitución, o reconstitución, de grandes espacios económicos regionales, cada uno de ellos orientado por uno de sus miembros. En América Latina, TLC y MERCOSUR pueden ser interpretados en este sentido como instancias de mediación entre las economías y sociedades que integran cada uno de estos acuerdos regionales, y la economía global. La globalización ilustra así la pertinencia de la tesis del carácter “desigual y combinado” del desarrollo capitalista.

La expansión mundial del capitalismo conduce a diferenciaciones crecientes entre regiones del mundo con desiguales niveles de desarrollo. La PNUD informó que entre 1960 y 1989 la diferencia de niveles de ingreso entre países ricos y pobres se duplicó. Los países que el Banco Mundial considera pobres —es decir, con ingreso medio por habitante de menos de un dólar al día—, que en conjunto representan más de la mitad de la población del mundo, captan 7% del producto mundial, mientras que los países ricos, con 8% del comercio mundial, y recibe más de 80% de la inversión extranjera directa. Los marcados niveles educativos, técnicos de bienestar y productivos en unas y otras áreas contribuyen a explicar estas agudas y crecientes diferencias, y comprueban que la dinámica inercial de la globalización, lejos de homogeneizar, ahonda las disparidades.

Se ha estado registrando una cierta diferenciación dentro del Tercer Mundo entre los países más pobres (los llamados “de ingreso bajo”), y los de “ingreso medio”. Es éste un proceso que se viene registrando desde hace casi cuatro décadas, impulsado sobre todo por el avance de lagunas economías del Sureste Asiático. En años recientes se sumaron a estas economías de ingreso medio algunas de América Latina (Brasil, México, Argentina y Chile principalmente) y del este de Europa. Debe señalarse, en todo caso, que la distancia que separa a estos países de los de ingreso alto siendo abismal y creciente, y reduce muy poco las desigualdades del sistema en su conjunto, y es por el resultado del mantenimiento de los mecanismos de explotación internacional de tipo imperialista o neocolonial: saqueo de recursos naturales y degradación del ambiente; adopción de medidas proteccionistas en los países desarrollados en contra de las exportaciones primarias de los países periféricos; fijación de términos desiguales de intercambio; operaciones militares punitivas contra gobiernos “díscolos”.

La creencia en la virtualidad homogenizadora de la globalización carece de fundamentos, y choca contra el desenvolvimiento efectivo del proceso. El aumento de las desigualdades a partir de las cuales las regiones y los países resultan incorporados a la etapa actual de la globalización, es una de las características de este proceso, a falta de factores que intervengan y que definan contra tendencias eficaces.

1) Cambia la relación empleo/producto. En el pasado, cuando el producto crecía también el empleo; cuando aquél caía, éste también. Ahora la situación ha cambiado: en fases de recesión el empleo cae más abruptamente que el producto, y cuando éste se reactiva, el empleo no lo hace, o lo hace a la zaga y en mayor precariedad.

2) Políticas estatales que fomentan la llamada “flexibilización” laboral, es decir la pérdida de las condiciones institucionales de seguridad laboral resultado de luchas y negociaciones sindicales. Hay una progresiva sustitución del derecho laboral por el derecho civil o comercial, lo cual implica la desprotección institucional de los trabajadores.

3) Deterioro de los salarios reales, el trabajo deja de ser remunerado, la llave que permite hacerle frente, en condiciones de dignidad, a las adversidades de la vida, y acceder a niveles aceptables de bienestar. Unido a la globalización de la “flexibilización” de los mercados de trabajo, este deterioro demuestra que, sin perjuicio del discurso de la modernidad y de los impresionantes avances técnicos y científicos, la competencia por bajar los costos laborales es un recurso permanente de la racionalidad capitalista.

4) A medida que la población pobres crece más rápido que la población total, estamos en presencia de un fenómeno de exclusión social. Se trata de sectores de población innecesarios para el funcionamiento del capitalismo de nuestros días.

5) Las políticas estatales de privatización y de desregulación, que reducen los niveles de empleo y deterioran las condiciones de trabajo; además, la privación de muchas empresas estatales implica la cancelación o arancelamiento de servicios sociales que antes se prestaban de manera gratuita a la familia de los trabajadores, deteriorando adicionalmente sus ingresos.

6) El acelerado deterioro ambiental tolerado o estimulado por los estados, en beneficio de corporaciones nacionales y transnacionales, es causa directa del empobrecimiento de amplios sectores de las poblaciones rurales.

La idea de la homogeneización de los estilos de vida como resultado de la globalización deriva de la indudable sofisticación de las condiciones de vida y de las posibles que brinda el consumo suntuario en el 20 o 25% más rico de la población de los países más atrasados. Estos grupos privilegiados son también los que influyen de manera preferencial en los medios de comunicación y en las instituciones de educación y de cultura, desde donde se difunde, precisamente, la retórica de la homogeneización.

La insistencia en el carácter inevitable e irreversible de la globalización se vincula a este panorama de distribución desigual de beneficios y perjuicios en el que una minoría de la población mundial accede a niveles superiores de bienestar mientras la mayoría se enfrenta a un descenso irrefrenable en sus niveles de vida.

La idea de la desaparición del Estado es vieja en la teoría política; en los tiempos modernos la retomaron el anarquismo y el socialismo marxista, aunque con enfoques diferentes; hoy reaparece en la ideología neoliberal y en las versiones light del globalismo. Se mantiene la diferenciación nacional/territorial de la fuerza de trabajo, de sus remuneraciones y condiciones de empleo como condiciones de aumento en los beneficios empresariales a nivel global, y en esta diferenciación la inversión política de los Estados sigue siendo fundamental. Los recursos políticos-militares de los Estados siguen siendo estratégicos para mantener o ampliar los espacios económicos y comerciales (por ejemplo, las leyes Helm-Burton y D`Amato).

La relación Estado/mercado se ha transformado, pero siempre ha tenido una enorme variabilidad. El carácter y contenido de esta relación, sus alcances y limitaciones, sus medios y objetivos, están definidos en última instancia por los actores que impulsan a unos y otros.

No es importante quitar de en medio al Estado sino redefinir su articulación al mercado y sus actores, y el modo de ejercer sus funciones respecto del capital. Hay una reformulación de la relación entre el Estado y mercado. El Banco Mundial, enfatiza la necesidad de que el Estado lleve a cabo "reformas económicas del mercado" (market-friendly economic reforms).

Las funciones o servicios que presta el Estado al capital son conocidos; consisten en brindar seguridad a la propiedad capitalista (legislación interna y defensa exterior, transacción de conflictos de intereses), generar economías externas para la acumulación privada, y legitimar el sistema social organizado a partir de la primacía del capital. El Estado cambia sus modalidades, alcances y estilos de articulación con el mercado para consolidar la reestructuración de las economías locales, su mayor apertura externa y una integración más amplia a las corrientes transnacionales de capital.

Vale decir que el Estado interviene a favor de los grupos mejor articulados a los procesos de la globalización para fortalecer su posición en el mercado y promover sus mayores perspectivas y objetivos. La etapa actual de la globalización en clave financiera y neoliberal ofrece ante todo una reorientación en el sentido de la gestión del Estado. Esta reorientación tiene lugar respecto de actores e intereses; cambia el referente social y político de la gestión estatal, y con ese cambio tiene lugar el de las modalidades de la intervención estatal. El Estado se hizo cargo de la deuda externa privada de las empresas y la convirtió en deuda pública. En este nuevo escenario, se incrementaron la capacidad de decisión y el poder político de las agencias estatales más directamente vinculadas a esos mercados: bancos centrales, ministerios o secretarías de finanzas, entre otros.

La reorientación del funcionamiento del Estado puede resumirse en lo que Stephen Gill denomina “un nuevo constitucionalismo para un neoliberalismo disciplinario”. Hace referencia a un régimen institucional transnacional generado por los Estados que define y garantiza, mediante tratados interestatales de jerarquía constitucional, los derechos globales y nacionales del capital: la Unión Europea, el TLC de América del Norte y el MERCOSUR, para mencionar a los más conocidos. Estos espacios ampliados de circulación supranacional del capital no habrían podido construirse sin la intervención del Estado, o bien el predominio político de unos actores.

Determinantes de la globalización

El proceso de la globalización tendrá un efecto significativo en las economías nacionales, no sólo será un referente para el diseño de políticas, sino que este proceso integrador de la economía mundial afectará la manera definitiva en que se hace doméstico de cada economía. Se pueden identificar al menos los siguientes efectos globalizadores que tendrán impacto en la macroeconomía⁶.

1. Reforma del Estado. Los Estados nacionales no podrán fijar su agenda de desarrollo de manera independiente de los acuerdos internacionales, teniendo que ajustar el manejo de su presupuesto y de su política monetaria a los nuevos acuerdos internacionales.
2. La liberalización comercial y de los servicios limita a la vez a las economías a diseñar estrategias de desarrollo no acordes con estos principios.
3. El comercio mundial se realiza cada vez más en términos de lo que se conoce como comercio administrado, en donde la formación de bloques –abiertos y cerrados- está determinando la forma como se conduce el comercio, resaltando con ello la necesidad de que los países se involucren en medidas estratégicas para participar activamente en este tipo de comercio.

Estas restricciones muestran claramente que el objeto de estudio de la macroeconomía actual es una economía abierta, crecientemente integrada a la economía mundial y sujeta a restricciones internacionales para fijar su agenda de desarrollo.

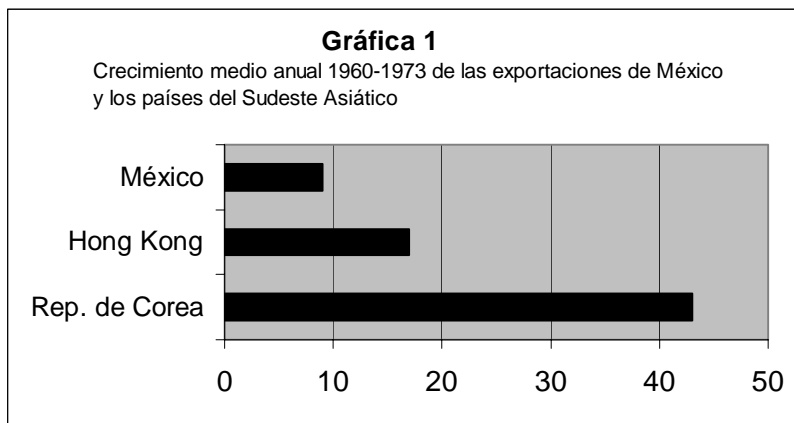
⁶ Clemente Ruiz Durán: Macroeconomía Global. México, 1999. Págs. 81-82.

2.4 CAMBIOS EN LAS ORGANIZACIONES

Eduardo Bassi en su libro “Globalización de negocios” nos habla de las nuevas estrategias de las empresas para enfrentar e ingresar de una manera más dinámica y competitiva de los mercados globales, ya que como anteriormente analizamos las características y efectos de la globalización, ahora necesitamos un reordenamiento en la estructura de las organizaciones empresariales para alcanzar un mayor desarrollo en los mercados mundiales.

Perspectivas de gestión local

En 1970, el aumento en la participación del comercio internacional fue una de las principales estrategias adoptadas por los países del sureste asiático para su crecimiento económico. Ajustaron sus economías para aprovechar las oportunidades de la creciente integración económica mundial. En contra partida, los países que demoraron en ajustarse a la apertura de la economía internacional, se quedaron al margen del sistema económico mundial y del flujo de capitales internacionales. Hacia mediados de los años ochenta, México se encontró como un participante tardío en el comercio internacional. Al iniciar su búsqueda de mercados de exportación, el país encontró que en los mercados internacionales que le resultarían naturales, especialmente de América del Norte, ya estaban presentes productores de otros países. Abrirse espacio en el mercado estadounidense no es tarea fácil, pues allí impera una intensa competencia internacional, principalmente de los países del sureste asiático, que iniciaron su participación en el comercio internacional, por lo menos, desde mediados de los años sesenta. Los más de treinta años de experiencia exportadora les conferían ventajas competitivas que no reflejaban sus condiciones naturales pero que eran igualmente difíciles de combatir.



Fuente: Estadísticas Financieras Internacionales, Fondo Monetario Internacional, 1986

Los cambios estructurales en la economía mundial se hicieron más visibles en los países desarrollados durante la década de 1970, ya que el adelanto de la integración económica mundial aumentó la competición por los mercados nacionales, modificando drásticamente el ámbito empresarial. El aumento de las exportaciones de los países del Sureste Asiático para Europa y sobre todo para Estados Unidos provocó un fuerte impacto en esos mercados.

La crisis de las organizaciones en Estados Unidos y Europa, se origina en las mismas estrategias que las tornaron exitosas en el pasado, la diversificación de negocios, mediante la cual, la empresa pasa a producir, total o parcialmente, los componentes o ítems intermediarios que integran su producto final. Las estrategias de diversificación tienen como objeto reducir riesgos de pérdida de rentabilidad, ya sea por la presencia en diversos mercados, ya sea por el control de la cadena productiva.

Con el aumento de la competencia internacional por los mercados, gradualmente se instala un movimiento de “desmontaje” de las grandes empresas. Entre las técnicas utilizadas para ese objetivo, las herramientas más conocidas es la reingeniería. Es también la era del Kanban, del Just-in-Time, del Downsizing, de la Tercerización, de las normas ISO, de la Calidad Total, etc. Todas son técnicas de gestión que pretenden la racionalización y la simplificación de los procesos internos, la reducción de stocks y la mejora en la calidad. Gracias a su aplicación adecuada, realmente se registraron mejoras de eficiencia, mediante la reducción de niveles jerárquicos y de funciones, disminución de los costos financieros, reducción de los efectos en los productos, aumentos de productividad y reducción en los costos operativos.

Otro cambio ocurrió mediante su reestructuración en torno de su negocio principal o core business. Con eso, fueron vencidos o desactivados los negocios que no tenían sinergia o que estaban fuera de sus especialidades o cultura organizativa. El esfuerzo de la gerencia y el empleo de técnicas de gestión orientadas únicamente hacia las mejoras de productividad interna ya no son suficientes para asegurar la supervivencia de una empresa. Para los dirigentes de empresas resulta crucial comprender las tendencias mundiales que afectan sus negocios y encontrar soluciones para los nuevos desafíos surgidos con la integración de la economía mundial.

Perspectivas

Al final de los años 70, la adaptabilidad es la capacidad que las multinacionales tienen para poder atender a las necesidades particulares de cada mercado local con productos diferenciados, lo que se logra mediante una alta sintonía con la necesidad de cada uno de ellos. O por economías de escalas que es la capacidad de las multinacionales para atender a demandas más homogéneas de los mercados, con productos uniformes, tecnológicamente actualizados y con precios competitivos. Esto se logra mediante: 1) La concentración de la producción de una misma unidad industrial, reduciendo los costos fijos unitarios y optimizando la utilización de las capacidades de producción; 2) centralización de los esfuerzos de Investigación y Desarrollo, reduciendo el tiempo de desarrollo y evitando la dispersión de recursos; y 3) realización de compras de insumos en conjunto, obteniendo menores precios de los proveedores.

Para comprender la naturaleza de la demanda estratégica de un negocio, es necesario conocer las características y necesidades de los mercados en que él mismo actúa. Presentar necesidades homogéneas, que podrían ser atendidas por las empresas con productos “globales” o uniformes. Sin embargo, para muchos negocios, la generalización no corresponde a la realidad: diferencias culturales, religiosas, de hábitos alimenticios y de poder adquisitivo, entre otras, limitan el concepto de “mercado global”. Pero lo cierto es que existen mercados con necesidades más homogéneas y que pueden ser atendidos con productos globales.

2.5 ACTUALIDAD DE LAS EMPRESAS

El aumento de la competición internacional por los mercados impuso nuevos niveles de desempeño productivo, tecnológico y mercadológico a las empresas que pretenden alcanzar un nivel de competitividad global y está ya no depende de uno u otro modo de operar. Pasa a depender de ambos: la capacidad de la empresa de adaptarse a las necesidades particulares de cada mercado y, simultáneamente, a la de captar economías de escala y sinergias en sus operaciones internacionales.

Estrategias

Para generar competitividad global, una empresa puede recurrir a tres tipos básicos de estrategias, ya sea de forma aislada o combinándolos.

Integración de las Actividades Internacionales

Es aplicado por multinacionales que actúan en diversos países, ya que, a través de la integración de sus actividades internacionales, puede alcanzar economías de escala y sinergia en producción, compras, marketing, finanzas e investigación y desarrollo. Empresas con actuación local pueden integrar pero en menor grado, por la importación de materias primas, componentes y productos finales con menor costo y mejor calidad.

Expansión internacional

Puede ser por empresas locales como por multinacionales y tiene como objetivo ampliar la participación en los mercados internacionales a través de exportaciones, *franchising internacional*, implantación de unidades o adquisiciones de empresas en el exterior.

Alianzas estratégicas internacionales

Procura desarrollar asociaciones formales o informales con proveedores de productos tecnológicamente diferenciados, con clientes globales y con competidores internacionales. Sus objetivos pueden ser: mejora de la eficiencia operativa, actualización tecnológica, aumento de ventas en el mercado local a través de complementación de la línea de productos o expansión de las ventas internacionales.

Ventaja competitiva

Según Michael Porter, las estrategias dirigidas a la racionalización de procesos, mejoras en la eficiencia operativa y reducción de estructuras no generan ventajas competitivas de largo plazo. Pudiendo ser reproducidas por los competidores con relativa rapidez, ellas elevan el nivel de exigencia de productividad para todo el sector.⁷

La estrategia de globalización, cuando son adecuadas y exitosas, se tornan una ventaja competitiva de largo plazo, por que no pueden ser reproducidas de manera genérica, aun por empresas competidoras.

⁷ Michael Porter. Seminario “Reinvesting Strategy”, HSM, 1994.

Factores para la globalización

Para ser competitiva globalmente, la empresa precisa alcanzar un equilibrio dinámico entre uniformidad y diversidad. La armonización de esas tendencias conflictivas se extiende desde la definición de las características de los productos hasta la configuración organizativa. Se trata de un desafío a ser solucionado para que las empresas multinacionales se capaciten para atender simultáneamente las demandas estratégicas de adaptabilidad y de economías de escala.

El Conflicto Global Versus Local

El conflicto global (centro) versus local (partes) es intrínseco a las organizaciones políticas, sociales y culturales de la humanidad. En las organizaciones multinacionales, el conflicto global versus local es permanente, oponiendo la matriz y sus sucursales. Necesidades específicas de mercado, diversas culturales, intereses “parroquiales” de grupos e individuos constituyen factores limitadores para la creación de una organización que equilibre esos aspectos dispares, factor clave para alcanzar simultáneamente la adaptabilidad y las economías de escala.

Las empresas que están obteniendo suceso en su reorganización para alcanzar ambas demandas estratégicas son llamadas transnacionales.

Organizaciones Transnacionales

En la búsqueda de la competitividad global están ocurriendo movimientos en organizaciones multinacionales: las que son centralizadas han aumentado la autonomía de sus sucursales internacionales para adaptarse a las necesidades de los mercados locales, mientras que las descentralizadas vienen integrando sus actividades internacionales para captar economías de escala y sinergias.

Con tales alteraciones las multinacionales pretende transformarse en empresas transnacionales que, según Bartlett y Ghoshal,⁸ tendrían las siguientes características ideales de organización:

1) Configuración de la estructura. Actividades y recursos dispersos entre muchos países, pero operando de manera interdependiente y aprovechando las especializaciones y vocaciones de cada unidad local. 2) Papel de las subsidiarias en el exterior. Contribuciones diferenciadas para operaciones mundiales integradas en producción, tecnología, marketing, etc. 3) Desarrollo y difusión del conocimiento. Conocimiento desarrollado en conjunto y compartido en todo el mundo, con el aprovechamiento de áreas de competencia y especializaciones de las unidades locales.

El objetivo estratégico es que el todo optimizado de la corporación sea mayor que la suma de las partes, o sea, de sus unidades internacionales. Entre las cien mayores economías del mundo, más de la mitad está constituida por empresas, y no por países.

⁸ Christofer A. Bartlett y Sumantra Ghoshal, Gerenciando Empresas no Exterior, Makron Books, 1992.

Producto Global

Hasta dónde homogeneizar sus productos, de modo de volver factible la captación de economías de escala y sinergias, sin perder en el proceso las características específicas que atiendan a las necesidades particulares de los mercados en que actúa. La solución del dilema depende de cada mercado en particular, de las características intrínsecas de los productos y de cómo la empresa está configurada en las actividades de producción, tecnología, compras y logística, o sea, no existe una solución única, que pueda ser generalizada y aplicada indistintamente a cualquier sector. No existe tampoco una solución única que pueda ser válida para distintas empresas de un mismo sector.

El producto que presente estructura común, que permita aprovechar economías de escala, y pueda sufrir pequeñas variaciones para atender a necesidades específicas de diferentes mercados puede ser llamado “producto global” es global y local al mismo tiempo.

2.6 MATRIZ DE LA GLOBALIZACIÓN⁹

Para que una empresa aproveche economías de escala y sinergias, agruparemos sus actividades en tres tipos de funciones básicas:

2.6.1 Negocio

Son las actividades que dirigen el flujo de producto y servicios al mercado consumidor y que definen e implementan decisiones estratégicas para asegurar la continuidad de la empresa. El negocio tiene el papel fundamental de definir cuál es el nivel óptimo de homogeneización de los productos, de modo de crear las condiciones para el aprovechamiento de economías de escala para, simultáneamente, atender las necesidades específicas de los mercados.

La conducción estratégica incluye acciones que aseguran la competitividad de la empresa a largo plazo, tales como alianzas estratégicas, joint ventures y expansión internacional.

Mercados y factores de estímulo

El negocio agrupa dos tipos básicos de funciones: las actividades mercadológicas, relacionadas con un producto o línea de productos, enfocadas en las necesidades del mercado y orientadas para su satisfacción, dirigen el flujo de productos o servicios de la empresa para los clientes. Y las actividades estratégicas relacionadas a la continuidad de la empresa a largo plazo, siendo la expansión internacional una de las principales alternativas para alcanzar tal objetivo.

La actuación del negocio puede ocurrir en dos tipos de mercados: doméstico e internacional, las actividades mercadológicas están dirigidas hacia el mercado donde la empresa está situada y enfrentan un solo conjunto de problemas de competitividad, ya que tratan con un único tipo de cliente, independientemente de su segmentación.

⁹ Eduardo Bassi, Globalización de Negocios. Ed. Noriega, México, 1999. Págs. 57-60.

El mercado internacional, es compuesto por todos los mercados externos atendidos por el negocio, que puede utilizar diversos tipos de estrategias para ello.

En la última década, disminuciones de tiempo y de espacio están dentro de los principales cambios con efectos sobre la actuación internacional de las empresas - oportunidades de crecimiento y acceso a nuevos mercados- son nuevas denominaciones para las razones que siempre estuvieron en la raíz de ese tipo de política: aumentar las ventas y aumentar los lucros.

Estrategias de expansión

Generalmente la expansión internacional es hecha en etapas, ya que la empresa necesita desarrollar un conocimiento diferenciado y especializado de cómo administrar sus actividades en el exterior.

Exportación por intermediarios

La exportación a través de intermediarios es, normalmente, la primera etapa en la estrategia de internacionalización de un negocio, permiten aumentar los volúmenes de producción diluyendo los costos fijos directos unitarios y mejorando la productividad, una de las principales ventajas de la exportación es el aumento del conocimiento de la competencia internacional y de las exigencias de los mercados externos, pudiendo dar viabilidad a mejoras en la calidad de los productos comercializados en el mercado interno. Un aspecto crítico para el suceso de las exportaciones son los canales de distribución en los mercados externos.

La selección de un distribuidor no es una tarea fácil, sobre todo hoy en día en que las empresas distribuidoras tienen perfiles tan variados y ofrecen servicios cada vez más especializados. El exportador debe evaluar variables tales como la cobertura geográfica, infraestructura, fuerza de venta, tamaño de la empresa, experiencia, nicho de mercado en el que se especializa, entre otros aspectos.

Trading companies. Son empresas dedicadas exclusivamente al comercio internacional, que tienen sucursales o representantes en muchos países. Operan comprando y vendiendo los productos y ejecutan toda la gestión logística, de documentación y de crédito internacional.

Distribuidores internacionales. Son clientes directos de un negocio que, actuando en un mercado externo, importan grandes volúmenes y se encargan de la distribución a los clientes locales.

Agentes y representantes. Son empresa que intermedian las ventas entre el negocio y el cliente final, siendo remuneradas mediante comisiones sobre el valor FOB de las exportaciones.

Detallistas. Se refiere a los supermercados y las tiendas de conveniencia; es decir, aquellos puntos de venta en los cuales se compra comida para "preparar en casa".

Foodservice. La otra gran vía a través de la cual los alimentos llegan al consumidor final es el foodservice. En este segmento, se encuentran los restaurantes, hoteles, líneas aéreas, hospitales e instituciones.

Agentes en la cadena comercial

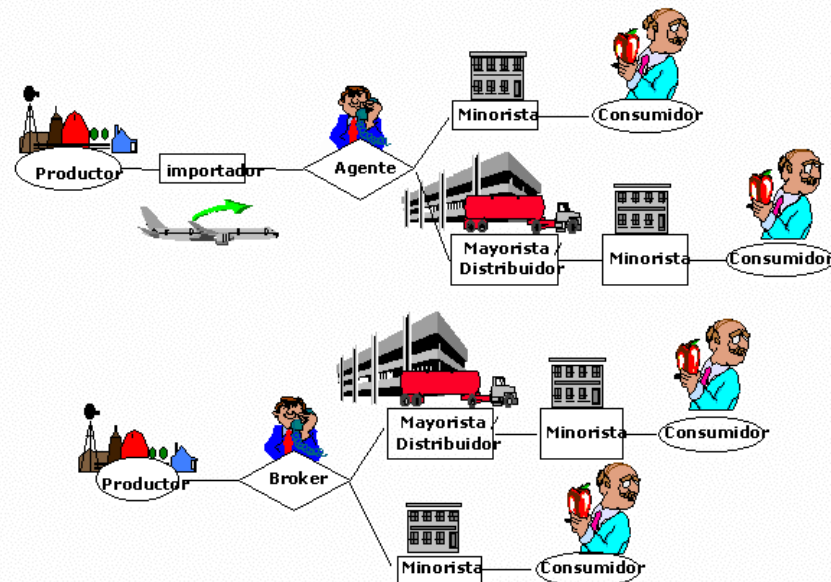
Que un producto se comercialice a través del sector detallista o foodservice, depende de los objetivos y estrategias empresariales. Para llegar a este eslabón de la cadena comercial, se pueden utilizar los servicios de un mayorista – distribuidor, un distribuidor del foodservice, o de un broker o agente.

Mayorista–distribuidor. Almacenan y distribuyen el producto al cliente final, generalmente detallistas (supermercados o tiendas de conveniencia), o distribuidores más pequeños.

Distribuidor del foodservice. Son los encargados de suministrar a los establecimientos comerciales, como los restaurantes o bares y a los no comerciales, como los hospitales y hoteles. Estos distribuidores se pueden clasificar en dos categorías de acuerdo al tipo de clientes que atienden; los denominados key accounts, enfocados a la distribución de grandes cadenas de restaurantes y hoteles; y los street accounts, dedicados a la distribución para restaurantes o establecimientos independientes.

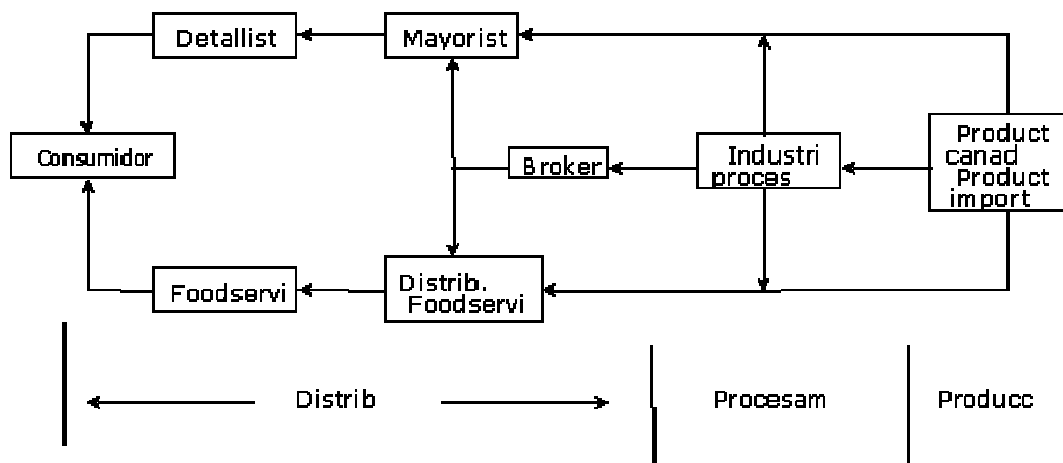
Broker. Entre las opciones para los exportadores que buscan representante para sus productos, está la de utilizar un broker, quien a su vez colocará los productos con una variedad de mayoristas, distribuidores u otros clientes. Cada una de estas alternativas, conlleva una serie de ventajas y riesgos que deberán ser evaluados.

EE.UU.: CANALES DE DISTRIBUCION POR LA VENTA AL MENUDEO E INTERNACIONAL



Fuente: Elaborado por la Consejería Comercial BANCOMEXT, en Dallas, Texas

CANADÁ: SISTEMA GENERAL DE DISTRIBUCIÓN DEL SECTOR AGROINDUSTRIAL



Fuente: The Food Marketing and Distribution Sector in Canada.

Exportación por filial propia

En esta etapa, la empresa se introduce más directamente en los mercados externos, desarrollando una estrategia mercadológica internacional completa y diferenciada de la que utiliza en el mercado doméstico. Normalmente, la exportación comienza por tener un área propia de marketing, cuya función es ajustar el compuesto mercadológico a las necesidades de los mercados internacionales. El manejo de las sucursales en el exterior exige adaptación a las normas y prácticas comerciales locales, lo que implica una significativa ampliación del conocimiento de esos mercados.

Fabricación local

La implantación de la actividad industrial o de servicios en un nuevo mercado es la última etapa de la expansión internacional. Por lo tanto, hay varias estrategias posibles.

Implantación de unidades productivas (green field). Empresas que se implantan en un nuevo país, tienen que “comenzar desde el principio”, es preciso realizar todas las etapas del proyecto: investigar y darle dimensión al mercado, comprar terreno, planificar e implantar la unidad, implantar la red de distribución y la administración.

Licenciamientos internacionales (franchising). La empresa tiene todo el conocimiento operativo, mercadológico, financiero, etc., e identificar en el exterior empresarios locales interesados en comprar e implantar ese conocimiento en sus países. Otro licenciamiento es negociar con un distribuidor para que él comercialice una marca mundialmente conocida en un determinado mercado. En general, la fabricación de los productos es hecha por terceros.

Adquisiciones. Esta estrategia, consiste en adquirir –en forma aislada o participando de consorcios de empresas- el control accionario total de una empresa local. Una ventaja es que ella permite una gestión más ágil y eficaz de la empresa, por el hecho de que no existen accionistas locales que demanden negociaciones continuas y permanentes sobre la forma de conducir el negocio. La empresa también puede mantener la imagen del fabricante local frente al mercado y, al mismo tiempo, puede ser integrada en el sistema de gestión global de la multinacional controladora.

Asociaciones (joint ventures). Una multinacional adquiere parcialmente el control accionario de una empresa local, pudiendo tener posición mayoritaria o minoritaria. No siempre el capital invertido es de naturaleza financiera, tecnológico o mercadológico, que será aportado a la empresa como pago total o parcial del valor de la transacción.

Mercado internacional

El negocio puede enfocar el mercado internacional de diversas maneras; le atribuimos a él diferentes grados de importancia. Eso implica que cada empresa da prioridad a actividades internacionales y dedica esfuerzos a ella de forma propia.

Mercado de Exportación. Agrupa los mercados en los cuales la empresa actúa, además del mercado doméstico, que es la base de sus operaciones y donde los productos son fabricados y embarcados. En el nivel de exportaciones, la empresa normalmente realiza pequeñas adaptaciones en el producto y desarrolla canales de distribución diferentes para atender a los mercados externos.

Mercados Multidomésticos. La empresa normalmente formula estrategias de marketing adaptadas para cada mercado en que actúa. El objetivo es la adaptación a las diferentes necesidades de cada uno de ellos, actuando como empresa local. Las multinacionales tienen características un amplio dominio de las prácticas comerciales y características de esos mercados; y una política de crecimiento paulatino, realizado mediante sucesivas inversiones a medida que el mercado se expande.

Mercados Regionales. Los bloques geoeconómicos, como la UE, NAFTA y MERCOSUR, tienen como características la exención de impuestos de importación en el movimiento comercial y tarifas de importaciones comunes entre países miembros, posibilitando que las empresas formulen estrategias mercadológicas para la región. En esos bloques, el comercio es hecho a través de exportaciones, distribución propia,, alianzas estratégicas para la complementación de portfólio de productos e integración de las actividades de empresas multinacionales.

Mercado global

Este es el último nivel de expansión internacional de la empresa, que crea una sola estrategia mercadológica para un producto y servicio, abarcando todos los mercados en que actúa. Más que una estrategia global específica, el negocio define parámetros generales que orientan la actuación de sus sucursales internacionales en el mercado mundial. Estrategias globales de marketing tienen como objetivo suministrar parámetros básicos para el compuesto mercadológico, de modo que se puedan definir aspectos críticos de uniformidad que deben permanecer inalterados y delinear aquellos que pueden ser modificados para satisfacer las necesidades particulares de los mercados locales.

La administración de empresas globales exige flexibilidad. Teniendo que lidiar con la complejidad y la diversidad de las necesidades de los mercados locales y, al mismo tiempo, mantener las características básicas de la estrategia global de marketing definida para el producto o línea de productos, ellos precisan solucionar los problemas provocados por las fuerzas de diferenciación, tanto internas (producto, marcas, precios, comunicación y negociaciones globales) como externas (cultura, legislaciones nacionales, infraestructura, y estándares y medidas), que influyen y limitan la uniformización del compuesto mercadológico.

Megafusiones

Los objetivos de las fusiones son: Aumentar en escala global los mercados atendidos, lo que permite aumentar las ventas, elevando los lucros y creando mayor potencial de economías de escala y sinergias; concentrar esfuerzos en investigación y desarrollo para el aumento de los recursos dedicados y/o eliminando de duplicidad de trabajos; aumentar los volúmenes de producción, posibilitando su especialización entre las fábricas existentes, reduciendo costos y, en muchos casos, cerrando fábricas menos productivas; reducir funciones en duplicidad, como fuerzas de ventas, administración, sucursales en el exterior, etc.; complementar competencias en los más variados campos, como conocimiento de mercados, actualización tecnológica, complementación de portafolio de productos e integración de la cadena de insumos entre otros.

2.6.2 Actividades de apoyo

Son ellas las que aseguran a la empresa ventajas competitivas estratégicas, por que determinan los niveles de costos, calidad y disponibilidad de productos para el negocio a tienda a los mercados. En esta función están agrupadas las actividades que, asegurando la disponibilidad física de los productos ofrecidos al mercado, afectan directamente las variables mercadológicas del negocio. Estas son:

Compras

Actividades que afectan el negocio en lo que respecta a costos, calidad y disponibilidad física de materiales, pues deben asegurar las materias primas para la fabricación de los productos o de productos finales para comercialización.

El diferencial competitivo de compras es el aumento en el poder de negociación de la empresa junto a los proveedores, obteniendo por medio de negociaciones conjuntas de insumos y productos. En vez de que las compras sean hechas de forma independiente por diversas unidades de la empresa la operación pasa a ser conjunta. Con esto, es posible comprar con reducciones en los precios, obtener de los proveedores garantía de suministro de productos en periodos de escasez y también aportes tecnológicos. Se trata de un cambio estructural en la gestión de las compras de materias primas o productos acabados, conocida como abastecimiento global (global sourcing).

Producción

Son las actividades industriales que transforman insumos en productos finales, influenciando el negocio en relación a costos, calidad, disponibilidad y distribución de productos.

Son resultados de esta estrategia: las reducciones en los costos de los productos fabricados, la expansión en la capacidad productiva, las mejorías en la productividad, la postergación de inversiones y hasta el cierre de unidades productivas. Empresas multinacionales o nacionales pueden alcanzar tales resultados cuando empiezan a considerar a sus fábricas como un sistema productivo integrado. La decisión de dónde producir se adopta no sólo en función de la localización, sino de la competitividad de la unidad industrial –o sea, es seleccionada la fábrica independientemente de dónde esté situada, y no necesariamente aquella ubicada en el mercado local a ser atendido.

La especialización en la fabricación de un producto tiene como ventaja disminuir o eliminar los tiempos y los costos variables necesarios para las alteraciones en la línea o en el proceso de la fabricación, conocida como *set up*. Ejemplos: la limpieza de reactores cuando existe cambios de productos en empresas que trabajan por lotes o *batches* y el cambio de herramientas en empresas que fabrican piezas y componentes.

Existen aspectos económicos de producción y de logística que influyen también en la decisión de dónde producir. Entre ellos: El costo de las materias primas y el embalaje, los costos variables de producción (energía, materiales auxiliares y de limpieza), los costos de mano de obra directa de producción y los costos de logística para distribución al mercado. Los países poseen programas de incentivos a las exportaciones, como *draw back* y otros incentivos fiscales, que también deben ser incorporados en la evaluación.

Logística

Relacionadas a movimientos de materias primas, almacenamiento y distribución física de productos al mercado, estas actividades afectan el negocio en lo que respecta a costos, interrupciones en la distribución y tiempo de abastecimiento (*lead time*) de las materias primas y productos acabados.

La globalización logística es la garantía de regularidad en el flujo internacional de abastecimiento a menores costos. Con eso, es posible reducir costos de transporte y almacenaje; acortar tiempos de abastecimiento de materias primas y productos acabados y disminuir defectos y averías. La implantación de una estrategia de globalización de compras y de producción supone un soporte logístico eficaz, que opere con costos competitivos y asegure el flujo regular y confiable de productos y materias primas.

La complejidad de la logística internacional puede ser evaluada por las diversas etapas que la componen: emisión de documentación, transporte local hasta el puerto de embarque, almacenaje, pago de gastos de embarque y cumplimiento de exigencias burocráticas, embarque de los productos, transporte internacional, descarga de los productos en el puerto de destino, pago de gastos e impuestos de importación y cumplimiento de exigencias burocráticas y transporte local hasta la empresa importadora.

Por su complejidad y dificultad de ponderación, la logística internacional provoca altos riesgos de fallas en el sistema de abastecimiento internacional de las unidades locales. Es posible minimizar tales riesgos a través de stocks de seguridad mantenidos en la empresa o en depósitos de terceros. Pero los stocks reguladores elevan los costos financieros y reducen la rentabilidad de las operaciones. El costo financiero del almacenamiento puede ser reducido a través de financiaciones exclusivas al comercio internacional, que practican tasas de interés inferiores a las de las financiaciones locales, y usualmente, no exigen garantías prendaías.

Técnica

Son las actividades relacionadas a especificaciones de insumos y productos, actualización de procesos productivos, definición de calidad de materias primas y productos finales, así como también el desarrollo y adaptación de productos. Afectan el negocio en lo que se refiere a calidad y costos de productos finales y materias primas, alcanzando también el mantenimiento de actualización tecnológica.

La globalización técnica es la racionalización de esta actividad y la actualización tecnológica de productos y procesos industriales. Los resultados son: reducción del costo y tiempo de desarrollo de productos, identificación e incorporación de nuevas tecnologías, integración y difusión de conocimientos técnicos, reducción de la diversidad de productos de las unidades locales. Las áreas técnicas locales tienen la importante misión de apoyar el negocio en la identificación de las necesidades particulares de sus mercados y actuar en conjunto con el área responsable por el proyecto de desarrollo, con miras a incorporarlas al nuevo producto.

Otro aspecto relacionado a la tecnología es la frecuencia en el lanzamiento de nuevos productos, generando la obsolescencia y disminuyendo el ciclo de vida de productos similares.

2.6.3 Organización

Esta función es la base sobre la cual operan el negocio y las actividades de apoyo y la dinámica de su mutua relación. Es fundamental para dar impulso o limitar el aprovechamiento de economías de escala y sinergia. Se agrupan ahí: sistemas de información, estructura, procesos de gestión, recursos humanos y cultura organizativa. La principal característica de las organizaciones es que los aspectos antes citados actúan en conjunto permanente y de manera particular a cada empresa, formando un sistema integrado, adaptado en mayor o menor grado a las demandas del ambiente.

En la organización es la que delimita las posibles alternativas de estrategia de globalización viables para una empresa en un determinado período de tiempo. La organización, con sus límites, no es inmutable: ella puede ser poco a poco configurada nuevamente para emplear los espacios de globalización. Por lo tanto, la elaboración de un plan de desarrollo organizativo es, en muchos casos, tan importante como la estrategia de globalización propiamente dicha.

Unidades de negocios

En los años 60, el autor Peter Drucker elaboró una teoría administrativa “gestión por objetivos”, influencia hasta hoy las técnicas de gestión y la configuración de la organización de un gran número de empresas. Una de sus teorías es la utilización del modelo de gestión denominado “unidad de negocio” –*business unit profit centres*.

Las unidades de negocio agrupan todas o la mayor parte de las actividades – marketing, producción, tecnología, compras, recursos humanos- en una división autónoma, tanto estratégica como operativamente, cuyo compromiso es alcanzar resultados económicos, financieros y de mercado definidos antes por la alta dirección de la corporación. Es aplicable a los negocios de una corporación tanto local como internacionalmente, pudiendo ser utilizado también en niveles más bajos. Su principal ventaja es colocar la mayoría de las actividades que influyen los resultados bajo la responsabilidad de un único ejecutivo, dando la transparencia al desempeño de gestión y concentrando los esfuerzos de la organización para la obtención de resultados y metas previamente definidos.

Las organizaciones competitivas y sus características

La historia y la cultura de una nación forman un conjunto de valores y comportamientos que afectan, en mayor o menor grado, a sus ciudadanos, influenciando también a las empresas locales, pues moldean comportamientos y valores de sus gerentes y funcionarios.

Las características culturales influyen los estilos de gestión. El capitalismo familiar en las empresas europeas, el capitalismo de gestión (emprendedor) entre los americanos y el capitalismo de grupo en las empresas japonesas son ejemplos citados por A. A. Chandler en una obra que relaciona estrategia y estructuras de la organización.¹⁰

Cultura organizativa

La cultura organizativa constituye un mecanismo de control de comportamiento y difunde normas y valores que definen “la manera como las cosas son hechas por aquí”¹¹.

Cada empresa tiene una forma propia de operar y estructurarse, que define el tenor y las modalidades de las relaciones formales e informales entre individuos, áreas funcionales y unidades internacionales. Para que una empresa pueda simultáneamente alcanzar economías de escala y atender a las necesidades específicas de los mercados locales, su cultura organizativa necesita estar fundada en valores que propicien la cooperación entre las unidades locales y la corporación, estimulen la iniciativa y la creatividad local y promueven el fortalecimiento del todo a través de aportes diferenciados de las partes.

Cambios sólo son posibles cuando ocurren situaciones de crisis que amenazan la supervivencia de la empresa y crean las condiciones para romper su inercia. Con la globalización de la economía mundial, las amenazas suelen ser percibidas inicialmente por las unidades locales, para sólo después extenderse a la corporación. El atraso en diagnosticar las amenazas puede representar altos costos económicos y de mercado. En situaciones de crisis, la dirección de la empresa debe tener claro cuáles son los cambios de valores deseados y la forma de manejarlos, ya que las alteraciones estructurales necesitan ser graduales y deben involucrar a todos los participantes de la empresa.

Proceso de Gestión

Los procesos de gestión representan la manera de administrar una empresa en términos de las funciones administrativas tradicionales: planificación, organización, dirección, coordinación y control. Entre los parámetros que demuestran la eficacia de la organización, uno de los más importantes es la calidad de las decisiones –que incluye el tiempo de respuesta y su adecuación- frente a los cambios en el ambiente. Y obedece las características (administración de conflictos, planificación y control, coordinación, competencias locales, actuación internacional).

¹⁰ Chandler, A. A., *Strategy and Structure*, MIT Press, Cambridge, MA, 1962.

¹¹ Suzan C. Schieder, en Vladimir Puak et al., *Globalizing Management: Creating and Leading Competitive Organizations*, John Wiley & Sons, New York, NY.

Recursos Humanos

La gestión integrada de empresas multinacionales creó la necesidad de un nuevo tipo de profesional: el gerente global. Este se contrapone al enfoque clásico basado en la expatriación de ejecutivos que, los diplomáticos y militares, prestan servicios en diversos países. Administrar la diversidad y la complejidad en un ambiente turbulento requiere un desempeño basado en características de personalidad y aptitudes profesionales diferenciadas.

Los requisitos independientemente de la nacionalidad que tenga –si es la misma de la empresa o no-, los elementos que pesan son la competencia y el perfil de personalidad que le permite actuar en forma simultánea en muchos países donde la empresa tiene sucursales, o dirigir con eficacia una unidad internacional.

Sistema de Informaciones

El sistema de informaciones es un aspecto crítico para la competitividad de cualquier empresa, dependiendo de su calidad y funcionalidad, es posible tomar decisiones eficaces y oportunas frente a los cambios ambientales y a las disminuciones en el desempeño interno de la empresa. Dado que un sistema de información amplio, confiable y ágil es un importante diferencial competitivo con relación a la competencia, abarcando todos los mecanismos utilizados por la organización para captar, procesar y transmitir informaciones internas y externas.

Estructura

La estructura refleja el nivel de centralización de las decisiones, las formas de trabajo y las relaciones de poder y autoridad dentro de la organización.

Negocio. Los negocios que tenían como característica principal atender las necesidades muy diferenciadas de los mercados en que actúan, tienden a tener estructuras más descentralizadas, con sucursales internacionales poseyendo mayor autonomía para desarrollo y adecuación de productos, definición de estrategias de marketing, etc. En los mercados con necesidades más homogéneas y que demandan productos con precios competitivos y tecnológicamente actualizados, la estructura tiende a ser más centralizada y las decisiones de producción, desarrollo de nuevos productos y estrategias mercadológicas son tomadas a nivel corporativo.

CAPÍTULO 3
COMERCIO EXTERIOR DE MÉXICO 2001-2006

CAPÍTULO 3 COMERCIO EXTERIOR DE MÉXICO 2001-2006

3.1 DESARROLLO DE LA APERTURA COMERCIAL DE MÉXICO

A finales de los setentas México aplicaba una política proteccionista de sustitución de importaciones, para proteger a la industria mexicana, y con el cual se pretendía disminuir presiones del sector externo especialmente de las empresas trasnacionales por su bajo coeficiente exportador y altos coeficientes de importación, esto se debía por los rezagos y deficiencias productivos del sector manufacturero y el resto de los sectores productivos de la economía y por su baja capacidad exportadora, ya que la industrias estaba cayendo en un atraso competitivo. Por dedicarse a la dinámica manufacturera se desatendió la producción interna de bienes de capital y tecnología provocando que se importaran. Así, se intensificó los lazos comerciales y tecnológicos con países desarrollados, fuertes desequilibrios productivos repercutiendo la escasez de ahorro interno y fuerte presión del sector externo fue lo que llevo al endeudamiento externo.

Disminuyo un poco la presión, gracias al auge petrolero que vivió el país y mantuvo la estabilidad económica, pero esto se sobre estimo, ya que duro poco tiempo, porque en 1981 cayo el precio del petróleo; provocando para 1982 una crisis, lo cual subyacen el tipo de relaciones económicas (comerciales, tecnológicas y financieras) entre México y Estados Unidos.

En la relación, Estados Unidos nos exporta bienes de producción y tecnología, nosotros bienes primarios y manufacturados, intensivos con mano de obra de bajo dinamismo y barato. Esto ha ocasionado que la dinámica económica no genere las condiciones productivas, ni el ahorro, ni las divisas necesarias para alcanzar un crecimiento más endógeno y autosustentado, por lo que se ha perpetuado la interrelación comercial, tecnológica y financiera con el exterior. Esto no mejoró oportunidades de empleo y bienestar, sino que ha configurado una vulnerabilidad de la economía.

Debido a la crisis en 1982 México instrumentó un proceso de reestructuración para ajustarse, contemplando la privatización de empresas públicas, la apertura externa y liberalización de la economía. Con el fin de alcanzar una integración en el mercado internacional y un mayor nivel de productividad y competitividad. En la reestructuración se cuestiono la política proteccionista de permisos previos de importación que conformaba un mercado cerrado que configuro bajos niveles de productividad y competitividad de la producción provocando bajos coeficientes de exportación.

En la nueva política se privilegió la apertura externa, la competencia y la promoción de exportaciones para reestructurar la industria y asegurar el pago de servicios de la deuda externa. Además eran esenciales para asegurar el sesgo antiexportador y que obligará a los productores nacionales a modernizarse para exportar, y permitir el accesos a insumos productivos importados para reducir costos y obtener calidad.

Después de 1983 todas las fracciones de importación están sujetas a Permisos Previos de Importación (PPI) para frenar el crecimiento de importaciones; pero poco a poco fue teniendo un mercado más abierto México, ya que en 1984 se controlaba sólo el 65% de los PPI; y en 1985 se decide eliminar prácticamente el sistema de permisos, controlando sólo el 10%.

Posteriormente en 1986 México finalmente ingresa al Acuerdo General de Aranceles y Comercio (GATT), y en 1987 reducir drásticamente los aranceles y trabajar en un contexto de ampliar la apertura comercial.

En 1990 sólo el 1.7% de las fracciones están sujetas a control como son el sector automotriz, el farmacéutico, el agrícola y el petroquímico.

También se liberalizó la inversión extranjera directa ante la necesidad, tanto de impulsar la reestructuración y modernización productiva, como para obtener mayores recursos externos y contrarrestar el inadecuado ahorro interno aumentando las exportaciones.

La crisis económico-financiera de 1995 provocó cambios drásticos en la conducta de las autoridades y de los agentes económicos, pero no alteró las líneas del nuevo modelo.

3.1.1 Creación del TLCAN

La dependencia de nuestro país hacia los Estados Unidos han venido encarando dificultades, como las exportaciones del país para ingresar al mercado norteamericano debido a las políticas proteccionistas como son las barreras arancelarias, sanitarias, fitosanitarias y normas (hacia productos como son el calzado, el brandy, escobas, textiles y jugo congelado); practicas desleales como subsidios y dumping (un caso de estos es el de el cemento con el cual tenemos una ventaja enorme de calidad sobre los Estados Unidos); legislaciones comerciales y no comerciales (como los problemas del atún-delfín y el camarón-tortuga, en el cual los grupos ecologistas presionan en el Congreso de los Estados Unidos para evitar que entren estos productos al mercado norteamericano, a pesar que se ha comprobado que no se ha afectado a la fauna marina de nuestro territorio); otra es la regla de origen con el fin de evitar que se establezcan empresas extranjeras en nuestro país, especialmente japonesas, y no entren sus productos al mercado estadounidense con un arancel menor en comparación si exportaran directamente. Ello hace muy vulnerables a nuestras exportaciones y genera incertidumbre respecto a la permanencia y seguridad de su acceso al mercado norteamericano. De ahí se hace necesario establecer un Tratado de Libre Comercio (TLC) con Estados Unidos y Canadá, para eliminar las trabas a nuestras exportaciones.

El TLC pasa a ser un instrumento requerido para el avance del proceso de apertura externa y de reestructuración de la economía mexicana. Con él se espera realizar tales transformaciones para ampliar el mercado e incentivar una mejor asignación de recursos en función de la dotación de factores, que en nuestro caso favorecerá los procesos productivos intensivos en mano de obra y se impulsará la complementariedad de las economías.

En el caso de la Inversión Extranjera Directa es imprescindible, ya que se requiere disponer de mayores recursos para financiar el desequilibrio externo de la economía y reducir el proceso inflacionario que la apertura externa ha venido a agudizar. Y evitar un proceso de desindustrialización debido al proceso de competencia que la entrada de importaciones podría propiciar.

Con la nueva política de economía abierta que dio como resultado las negociaciones del TLC que junto al proceso de privatización y de flexibilización a la ley de inversión extranjera directa, viene a ser el instrumento que pasa a dar confianza y estabilidad al capital transnacional (inversión extranjera directa) para que ingrese en mayor medida al país. Para asegurar el flujo de inversiones al país, el gobierno trata de otorgar condiciones de seguridad de largo plazo. México tiene que asegurarse para cumplir con los requerimientos que exige el libre movimiento de mercancías y de capitales que el TLC trae consigo. Otorgar protección a las patentes y a la propiedad intelectual para evitar el acopio y a la apropiación ilegal de tecnología, pero al tratar de defender los derechos de los innovadores nacionales, termina protegiendo los derechos del monopolio tecnológico de los Estados Unidos, para seguir entonces en el subdesarrollo y pagar la transferencia la exterior por concepto de tecnología.

Ello refleja la gran vulnerabilidad que la política de ajuste y la apertura externa han originado en la economía mexicana. El financiamiento del desequilibrio externo, la estabilidad cambiaria y de precios, así como el crecimiento de la economía mexicana, pasan a depender de la Inversión Extranjera Directa y del retorno de capitales, y esto se ha mantenido hasta la fecha, de que la economía depende casi totalmente de esto.

La liberalización comercial ha llevado a una mayor integración industrial y comercial entre ambas economías y mayores niveles de especialización, por una parte los Estados Unidos están dedicados a la exportación tecnología y México exporta materias primas y productos manufactureros, por lo que son economías complementarias.

3.1.2 Las ventajas comparativas

El contexto de economía abierta tiende a profundizar los niveles de integración existentes y lleva a un esquema de complementariedad de la economía mexicana cuya dotación de recursos configuran ventaja comparativa (tales como recursos naturales y ciertos procesos productivos intensivos en mano de obra), para encarar el proceso de competencia y para integrarse de mejor forma a la economía desarrollada. En dicho esquema nos condenamos al subdesarrollo. El TLC nos condena a la especialización en ciertos productos que no requiere sofisticación tecnológica, por lo que no nos beneficia para hacernos más fuertes competitivamente.

Relegar el crecimiento de estos sectores, implica acentuar la dependencia y el atraso de nuestras economías respecto a la de los desarrollados, originando efectos negativos sobre la planta productiva nacional, atenta el desarrollo integral del sector manufacturero y reduce el efecto multiplicador interno de inversión. Asimismo, restringe nuestra inserción en el contexto internacional, lo cual repercute sobre el sector externo, la dinámica económica y la generación de empleos de alta productividad y remuneración.

Por lo tanto, si México busca desarrollar su industria y tener una inserción eficiente en el contexto internacional, no lo va a conseguir con la liberalización de la economía ni con el TLC. México no podrá corregir los rezagos productivos que por décadas ha venido arrastrando y profundizando.

México está tan necesitado de la IED y de nuevos créditos, que no tiene más opción, dentro de esta lógica, que integrarse a la economía mundial y especialmente en la norteamericana. El beneficio es la reestructuración industrial donde son afectados por trabas que prohíben la exportación.

La lógica de funcionamiento imperante no atiende los objetivos nacionales de crecimiento sostenido, equitativo y soberano, sino que aleja más de ellos, por lo que atender las demandas relegadas de los mexicanos y de disminuir la vulnerabilidad de la economía del exterior, es imprescindible modificar dicho patrón de crecimiento, así como las relaciones económicas con el exterior. Ello exige cambios en la política comercial, así como la definición de una política industrial capaz de reordenar y reestructurar el aparato productivo en la perspectiva de incrementar la productividad para acrecentar la presencia en el mercado internacional, y para salvaguardar la planta productiva, sobre todo de sectores estratégicos y prioritarios imprescindibles para garantizar un crecimiento económico sostenido y menos vulnerable.

Debido a que México ha tenido muchos problemas, para que sus industrias sean más competitivas a nivel internacional, se busca con un nuevo programa de comercio exterior, puedan desarrollarse las empresas nacionales, con ayuda profesional que les brindará facilidad para exportar y tener mayores beneficios, por lo que a continuación se analizara la política de comercio exterior que se integro en el Plan Nacional de Desarrollo 1995-2000 y 2001-2006, con el fin de fortalecer el sistema comercial, protegerlo y aumentar la capacidad productiva de las industrias mexicanas, y ser más competitivas ante un mundo cada vez más abierto.

3.2 CAMBIOS EN LA ESTRUCTURA DEL COMERCIO EXTERIOR DE MÉXICO

Después de la decadencia de la economía en México, la nueva administración del gobierno que entro el 1 de diciembre de 1994, tuvo que enfrentarse con este problema y más aun con una crisis que venia encaminada a presentarse en el país, debido a la inestabilidad económica que se encontraba, la debilidad de el peso frente al dólar (devaluación del peso), aunado a esto todos los problemas políticos que arrastraba el país, como los asesinatos de personajes políticos (entre ellos el candidato a la presidencia de la República Luis Donaldo Colosio), movimientos guerrilleros en Chiapas y Guerrero; provocando una gran especulación por parte de los inversionistas extranjeros en mantener su dinero en el país, por lo que decidieron sacarlo de México y ponerlo en mercados emergentes (principalmente en Estados Unidos y países del Sudeste Asiático), esto causo un serio problema, para sacar adelante la economía mexicana.

Por lo que uno de los puntos estratégicos del gobierno federal, fue reactivar la economía por medio de un programa ambicioso de reestructuración industrial y de comercio que se iba a implantar en el Plan Nacional de Desarrollo.

El Plan Nacional de Desarrollo 1995-2000 preveía la elaboración de programas independientes de Política Industrial y Desregulación Económica, por una parte, y de Comercio Exterior y Promoción de Exportaciones, por otra. No obstante, de un diagnóstico preliminar se desprendió la necesidad de unificar estos programas, pues en el contexto de apertura comercial y de creciente globalización de la economía mundial en el que ineludiblemente tendrá que desenvolverse la industria nacional, el diseño de las políticas de promoción industrial y de comercio exterior son inseparables. En reconocimiento de este hecho de fundamental importancia, y en congruencia con los lineamientos del Plan Nacional de Desarrollo 1995-2000, ambos programas se han integrado.

Las exportaciones, desempeñarán un papel fundamental como motor del crecimiento económico, y, durante este período de la Administración del Gobierno Federal y los gobiernos estatales y municipales, en coordinación con los sectores productivos, habrán de crear condiciones para que un número cada vez mayor de empresas dejen de considerar la exportación, así como la proveeduría a ésta, como intereses marginales o coyunturales, atendidos en función de las fluctuaciones del mercado interno. Ello requiere crear condiciones de rentabilidad elevada y permanente en la exportación directa e indirecta, para que ésta se convierta en foco central de la estrategia de negocios de la industria nacional.

El esfuerzo exportador sostenido difícilmente puede provenir sólo de un núcleo reducido de empresas altamente competitivas. Requiere ser complementado con la sustitución eficiente de importaciones y la consolidación del mercado interno. Es indispensable integrar agrupamientos industriales de alta competitividad, con proveedores mexicanos capaces de aumentar el contenido nacional de las exportaciones y de competir exitosamente en un mercado interno abierto. Por estas razones, el desarrollo del mercado interno y la sustitución eficiente de importaciones serán también fuentes fundamentales del crecimiento económico.

En el frente internacional, en los próximos años la competencia por los mercados mundiales de productos intensivos en mano de obra poco capacitada se intensificará. México tendrá que responder a este desafío mediante una política industrial activa, que incremente su capacidad de competir en los mercados internacionales sobre bases de calidad elevada y fortaleza tecnológica. Por otra parte, las posibilidades de exportación derivadas de las negociaciones comerciales internacionales y, en particular, de los tratados de libre comercio han creado un marco atractivo para expandir la inversión orientada a generar capacidad de producción a escala internacional. El pleno aprovechamiento de las posibilidades generadas por el libre comercio con América del Norte y otros países exigirá grandes esfuerzos.

Para lograr esto, el gobierno debe adoptar una política industrial en el mundo globalizado en que se desenvuelve y desenvolverá la economía nacional, la competitividad no depende sólo de la disponibilidad de un número limitado de factores productivos baratos, ni del esfuerzo aislado de empresas o industrias o de la sola acción de las fuerzas del mercado, deben complementarse con la organización y coordinación de la acción del Estado con los sectores productivos. Sin embargo, será necesario enfrentar los retos de la modernización, derivados de la apertura: superar el rezago de las micro, pequeñas y medianas empresas; rearticular cadenas productivas; y fomentar el desarrollo regional.

El objetivo central de la política industrial es fomentar la competitividad de la planta industrial. El propio Plan Nacional de Desarrollo señala que el “mayor reto de la política industrial es asegurar que un número creciente de regiones, sectores, cadenas productivas y empresas aprovechen todas las ventajas competitivas de nuestra economía. Por ello, el aumento de la competitividad de nuestra planta productiva constituye una prioridad nacional.”

3.3 PROGRAMA DE COMERCIO EXTERIOR¹

El Programa de Comercio Exterior tiene por objeto fomentar la competitividad industrial, a través de la creación de condiciones de rentabilidad elevada y permanente en la exportación directa e indirecta y ampliar y fortalecer el acceso de los productos nacionales a los mercados de exportación; el fomento al desarrollo del mercado interno y la sustitución eficiente de importaciones, así como el desarrollo de agrupamientos industriales, regionales y sectoriales, de alta competitividad, lo que agrupa los objetivos del Programa de Política de Comercio Exterior y Promoción de Exportaciones; el comercio exterior, según indica el propio Plan Nacional de Desarrollo, permitirá "alentar la creación de más y mejor empleo, promover la distribución más equitativa del ingreso, y elevar la competitividad de nuestra economía".

La política de comercio exterior -que incluye la promoción de las exportaciones, las negociaciones comerciales internacionales y las importaciones- y de desregulación económica, están a cargo de la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial y su diseño debe reconocerlos como instrumentos de política industrial.

El programa de comercio exterior esta desarrollado de la siguiente manera:

3.3.1 Promoción de exportaciones

Esta dedicado para impulsar las exportaciones mexicanas con el fin de conformar un sistema de promoción a la altura de nuestros competidores, se instrumentarán y se coordinarán medidas en materia de apoyos financieros; servicios de información, asesoría y capacitación en materia de comercio exterior; promoción al desarrollo de mercados; coordinación y facilitación de la exportación; y fomento de la cultura exportadora.

La promoción de nuevos exportadores y nuevos mercados de exportación reviste importancia fundamental en la estrategia de política industrial. Esquemas como el Programa de Importación Temporal para Producir Artículos de Exportación (PITEX) y el programa maquilador han sido fundamentales para el desarrollo exportador del país, y deben mantenerse actualizados. Los apoyos financieros al desarrollo de nuevos mercados requieren fortalecerse y consolidarse para afrontar exitosamente las cambiantes condiciones de los mercados internacionales y ser equivalentes a los mejores que pueden obtener los exportadores de las naciones con las cuales competimos.

Acciones a desarrollar.

El sistema nacional de promoción de las exportaciones cuenta con un buen número de los instrumentos más utilizados en los principales países exportadores, si bien otros adicionales pueden ser creados o fortalecidos.

Coordinación de las acciones promotoras de los sectores público y privado

Con el fin de superar la duplicación de esfuerzos y la falta de coordinación entre las acciones de los organismos empresariales y las entidades públicas responsables de la promoción externa se efectuarán las siguientes acciones:

¹ Plan Nacional de Desarrollo 2001-2005 y 2001-2006, "Programa de Política Industrial y de Comercio Exterior".

Se fortalecerá la participación de los organismos privados en los consejos de administración de las instituciones de fomento. La Secretaría de Comercio y Fomento Industrial (actualmente la Secretaría de Economía) coordinará las acciones del Banco Nacional de Comercio Exterior, las representaciones diplomáticas de México en el exterior y los sectores productivos, en un programa calendarizado de promoción de sectores seleccionados, con metas y acciones específicas, con lo que se determinarán objetivos específicos de promoción de inversiones extranjeras y exportaciones en cuanto a productos, regiones productoras y mercados de destino.

Servicios de información, asesoría y capacitación en materia de comercio exterior

Se unificarán las actuales fuentes de información sobre comercio exterior en un Sistema Nacional de Orientación al Exportador, integrado por la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial, el Banco Nacional de Comercio Exterior y las asociaciones y cámaras empresariales, destinado a difundir información actualizada sobre comercio exterior y a ofrecer asesoría. Mejorando los sistemas interactivos de información inmediata e intensificando el programa de formación de técnicos en comercio exterior. A lo cual se otorgarán apoyos financieros a la capacitación en aspectos técnicos de producción y diseño indispensables para mejorar la calidad de los productos y procesos de producción nacionales; con lo cual se impulsará la obtención de normas técnicas y otros requisitos de calidad necesarios para tener acceso a los mercados internacionales. Para facilitar la incorporación de la micro, pequeña y mediana empresa a la actividad exportadora, se ampliará la difusión de la Guía Básica del Exportador y se elaborarán guías sectoriales orientadas a proporcionar información más específica. Por lo cual se elaborará y difundirá un manual de los trámites aplicables a la exportación.

Desarrollo de mercados

Fortalecimiento de las empresas de comercio exterior. En otros países, las empresas de comercio exterior han constituido una fórmula natural para incorporar al sector privado al esfuerzo de promoción de exportaciones; por ello han recibido apoyos por parte del gobierno. Estas empresas llevan a cabo actividades muy diversas de apoyo a la exportación: estudios para identificar la demanda y la oferta; promoción internacional a través de ferias y exposiciones; desarrollo de productos; control de calidad; logística de empaque, embalaje y tráfico internacional; etc. Mediante la prestación de tales servicios, las empresas comercializadoras en otros países han hecho posible la concurrencia de las micro, pequeñas y medianas empresas a los mercados externos, lo que no estarían en condiciones de lograr de manera individual.

La coordinación de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público junto con la banca de desarrollo, se estimulará la creación de empresas de comercio exterior mediante las siguientes medidas:

Se diseñarán financiamientos, especialmente para atender las necesidades de las empresas comercializadoras; se dará acceso preferencial a estas empresas a los apoyos promocionales con que cuenta el sector público, tales como consejerías comerciales, la asistencia a ferias y exposiciones, etc.; se otorgarán facilidades para la suscripción de programas PITEEX por parte de estas empresas, así como de sus proveedores; se les ofrecerá acceso preferencial a la información comercial; y se les proporcionarán facilidades administrativas en materia aduanera.

Fomento a la exportación

Adecuación de los programas de fomento a las exportaciones a las disposiciones del Tratado de Libre Comercio de América del Norte. Los programas de libre importación temporal para la exportación como el PITEX, el de maquila y el de empresas altamente exportadoras (ALTEX), han desempeñado un papel importante en el desarrollo de la capacidad exportadora del país. Por ello, un importante logro en la negociación del TLCAN consistió en establecer un periodo de gracia de siete años durante el cual estos programas permanecerán sin modificación alguna.

A partir del octavo año de vigencia del TLCAN, los requisitos de exportación mínima establecidos para autorizar los mencionados programas deberán eliminarse, y las ventas al mercado nacional dejarán de sujetarse a un porcentaje máximo. Asimismo, a partir del año 2001, entrará en vigor una nueva fórmula para devolver los aranceles de los insumos que se incorporen a mercancías exportadas a Estados Unidos o Canadá. Ésta consiste en rembolsar o exentar de aranceles aduaneros de importación al menor de dos montos: el que se aplicaría en México para la importación definitiva de los insumos, y el establecido para el producto exportado en el país de destino final, ya sea Estados Unidos o Canadá. Esta fórmula se aplicará a las importaciones temporales provenientes de terceros países que se incorporen a mercancías de exportación cuyo destino sea alguno de los socios del TLCAN.

Facilidades fiscales. En coordinación con la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, se continuará agilizando la devolución a las empresas exportadoras en general, de los saldos a favor del IVA.

Fortalecimiento de la Comisión Mixta para la Promoción de las Exportaciones (COMPEX). Se fortalecerán los mecanismos de consulta y resolución de casos mediante su sistematización en otras instituciones del sector público, con especial atención a la micro, pequeña y mediana empresa; se consolidarán las actividades de la COMPEX en materia de fomento a la cultura exportadora con la difusión periódica de sus actividades y de temas de comercio exterior, a través de gacetas informativas. De la misma manera, en coordinación con otras dependencias del sector público, privado y educativo, se promoverán seminarios y eventos de interés para el exportador. Se establecerá una base de datos de comunicación y consulta de casos de la COMPEX en las entidades federativas y en los organismos miembros de la Comisión, así como un sistema de consulta directa, a través del cual los exportadores puedan conocer el avance en sus planteamientos y recibir asesoría.

Apoyos financieros

En coordinación con la Secretaría de Hacienda y Crédito Público y las instituciones de banca de desarrollo, en el marco del Programa de Financiamiento del Desarrollo, se instrumentarán las siguientes acciones:

Financiamiento para la exportación. Se aumentará la participación del Banco Nacional de Comercio Exterior y Nacional Financiera en el financiamiento de proyectos calificados como viables que no hayan sido atendidos por la banca comercial. La banca de desarrollo trabajará intensamente para establecer esquemas de garantías complementarias para la banca comercial, con el fin de que ésta pueda incrementar su participación en los proyectos viables de las micro, pequeñas y medianas empresas.

Establecimiento de programas de garantías y apoyo crediticio. Se estudiarán programas financieros que permitan asignar recursos con base en la viabilidad de los proyectos y la existencia de pedidos en firme, en sustitución de garantías; se otorgará apoyo crediticio integral a lo largo de toda la cadena exportadora: pre-exportación, inversión, aumento de capacidad productiva, promoción y comercialización; se aumentará la participación de garantías otorgadas por la banca de desarrollo a la banca comercial, para proyectos de exportación viables y prioritarios.

Establecimiento de esquemas de financiamiento "automático". Se promoverán esquemas de financiamiento automático, contra la presentación de un pedido inicial, a empresas previamente calificadas por el Banco Nacional de Comercio Exterior, de acuerdo a su historial exportador.

Promoción de los instrumentos financieros de la banca de desarrollo. Se promoverá un mayor uso de los créditos de los bancos de importación y exportación de nuestros principales socios comerciales, a fin de incrementar los fondos disponibles para el financiamiento de exportaciones; se promoverá la participación de las instituciones financieras en el financiamiento al comercio internacional, a través de una difusión más amplia de los apoyos financieros ofrecidos por la banca de desarrollo.

Fomento de la cultura exportadora

Participación de los organismos empresariales. Se fortalecerán y extenderán los servicios de promoción del comercio exterior que prestan las cámaras y asociaciones empresariales en las siguientes áreas:

Localización de socios potenciales para realizar alianzas estratégicas en los campos de transferencia de tecnología, coinversiones, subcontrataciones, maquila y representaciones comerciales; identificación de productos que se demandan en el extranjero y nichos de mercado, a través de la coordinación de misiones empresariales; coordinación y apoyo para promover la participación de los empresarios nacionales en ferias, exposiciones internacionales, seminarios, congresos y misiones de comercio exterior; y asesoría sobre comercio exterior, inversión extranjera y transferencia de tecnología.

3.3.2 Negociaciones comerciales internacionales

La política de negociaciones amplía y mejora el acceso de los productos mexicanos a los mercados externos. En la administración se continuará con una política de negociaciones que abra mercados, obtenga reciprocidad y establezca un marco transparente y predecible para los productores y exportadores mexicanos. Con el propósito de lograr que los productores nacionales reciban beneficios concretos de las negociaciones, las actividades de consulta, coordinación interna y difusión serán fundamentales.

México continuará con una política de negociaciones comerciales internacionales que contribuya a promover la apertura de los mercados externos, permita obtener reciprocidad a nuestro proceso de liberalización comercial, reduzca la vulnerabilidad de nuestros exportadores ante medidas unilaterales por parte de nuestros socios comerciales, y fomente los flujos de inversión extranjera directa hacia México.

México ha celebrado y continúa negociando acuerdos de libre comercio bilaterales y subregionales con el objeto de fortalecer y diversificar sus vínculos comerciales. A la fecha, se ha suscrito nueve tratados o acuerdos de libre comercio, y un acuerdo de cooperación económica, que son los siguientes:

- TLC de América del Norte (México, Canadá y Estados Unidos)
- TLC México – Bolivia
- TLC México – Chile
- TLC México – Costa Rica
- TLC México – Grupo de los Tres (México, Colombia y Venezuela)
- TLC México – Israel
- TLC México - Nicaragua
- TLC México - Triángulo del Norte
- TLC México – Unión Europea
- Acuerdo de Cooperación Económica con Uruguay

Resultado de las negociaciones de los diferentes tratados de libre comercio que nuestro país ha suscrito, nuestras exportaciones han registrado tasas de crecimiento promedio anuales del 18.2%, lo que ha colocado a México como el octavo exportador en el mundo y el primero en América Latina. En estos años, el sector exportador ha crecido a tasas superiores que el resto de la economía, aumentando su participación en el producto interno bruto de 12.2% en 2001 a 34.8% en el 2005.

Tratado de Libre Comercio entre México y Chile (1999)²

Se inicio con un Acuerdo de Complementación Económica que entró en vigor el 1 de enero de 1992, con el objeto de ampliar el comercio de bienes y servicios, así como para promover flujos de inversión y concluyo con la firma del tratado en 1999. Conforme al calendario de desgravación programado, a partir del 1o. de enero de 1996, el 97 por ciento del universo arancelario se encuentra libre de arancel en ambos países. El resto de las fracciones enfrentarán un arancel de 4 por ciento durante 1996, mismo que se eliminará a partir de 1998. Como resultado de la entrada en vigor de este tratado, entre 2001 y 2005 el comercio bilateral se incrementó 470 por ciento (cuadro 1 y gráfica 2).

Cuadro 1
Acuerdo de Complementación Económica México - Chile

País	Población (millones) 2004	PIB 2004 (MMD)	Exportaciones totales 2004 (MD)	Importaciones totales 2004 (MD)
Chile	13.6	52.2	11,645	11,275
México	91.2	371.2	60,882	79,346
Total	104.8	423.4	72,527	90,621

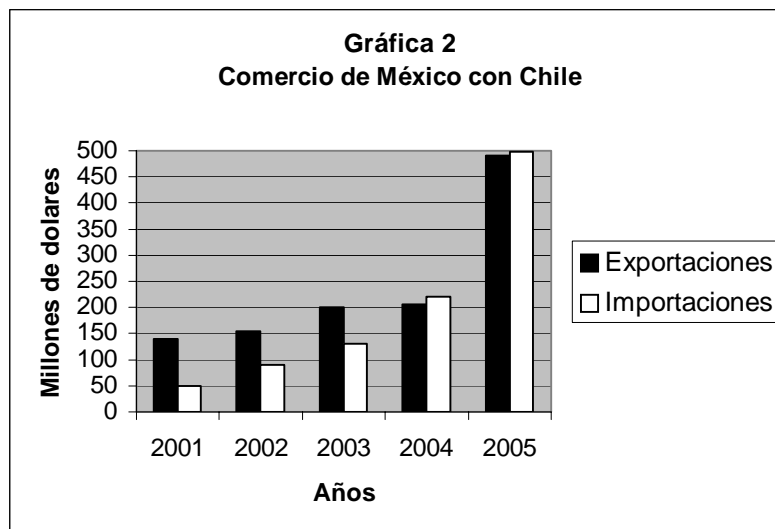
Fuente: Banco Central de Chile, Embajada de Chile, *Informe Anual*, Banco de México, 2004, *Síntesis* del Consejo Nacional de Población. Banco Interamericano de Desarrollo.

Integración Económica de las Américas. 2005.

MD- Millones de dólares

MMD- Miles de millones de dólares.

² Diario Oficial de la Federación 30/07/1999.



Fuente: SECOFI con cifras del Banco de México, 2005.

Durante 2005, el comercio bilateral entre México y Chile creció 127 por ciento respecto a 2004. Las exportaciones mexicanas a Chile crecieron 140 por ciento, mientras que las importaciones provenientes de ese país se incrementaron en 117 por ciento. En el cuadro 2 se muestra el comportamiento de las principales exportaciones de México a Chile y en el cuadro 3 el de las principales importaciones provenientes de ese país.

Cuadro 2
Principales productos exportados a Chile (millones de dólares)

Producto	2004	2005	Participación en el total	var.%
Automóviles	62.00	121.89	24.9%	97%
Vehículos de carga	29.68	35.34	7.2%	19%
Niveladoras	0.00	31.02	6.3%	--
Computadoras	8.11	22.82	4.7%	181%
Policloruro de vinilio	12.57	18.36	3.7%	46%

Fuente: SECOFI con cifras del Banco de México, 2005.

Cuadro 3
Principales productos importados de Chile (millones de dólares)

Producto	2004	2005	Participación en el total	var %
Ánodos de cobre	22.17	33.93	6.8%	53%
Pasta de madera	7.58	12.81	2.6%	69%
Uvas	43.84	11.97	2.4%	-73%
Grasa de pescado	11.81	10.77	2.2%	-9%
Albaricoques (chabacanos)	21.62	7.66	1.5%	-65%

Fuente: SECOFI con cifras del Banco de México, 2005.

México continúa su proceso de ampliar y diversificar sus mercados de exportación. En la actualidad, se están negociando tratados de libre comercio con países de Centroamérica, Sudamérica y países del sudeste Asiático (principalmente con Japón y China), al tiempo que se busca actualizar la relación con los países miembros del MERCOSUR e intensificar los lazos comerciales y de inversión con la Unión Europea.

Acciones a desarrollar

Un principio fundamental de la política de negociaciones comerciales internacionales de México seguirá siendo la búsqueda de la reciprocidad. Los acuerdos que México negocie deberán incluir condiciones de apertura equivalentes entre las partes, así como disciplinas comunes. En las negociaciones comerciales internacionales de México se tomará en cuenta la necesidad de ajuste gradual de los diversos sectores productivos mexicanos a las nuevas condiciones de competencia. Para ello, se negociarán plazos de apertura conformes con las necesidades del sector productivo y se pugnará por condiciones especiales para los sectores más sensibles de nuestra economía.

Diversificación comercial

La expansión y la diversificación de las exportaciones mexicanas observadas en la última fechas explican la particular importancia de la negociación del TLCAN. Hoy en día, cerca del 90 por ciento de las exportaciones no petroleras de México se destinan a los Estados Unidos y Canadá.

Exportaciones mexicanas no petroleras por destino, 2005. (millones de dólares)

Región	Exportaciones	% del total
Estados Unidos y Canadá	62,093	86.8%
América Latina	4,157	5.8%
Europa	3,020	4.2%
Asia	1,540	2.2%
Resto	737	1.0%
Total	71,546	100.0

Fuente: SECOFI con cifras del Banco de México, 2006.

Sin embargo, además de aprovechar el enorme potencial exportador que existe hacia esos países, México requiere abrir nuevos mercados y beneficiarse de las oportunidades que presentan otras regiones. Por ello, una de las prioridades de la política de negociaciones comerciales internacionales de México consiste en apoyar la diversificación del comercio, tanto de la composición de sus exportaciones como de los mercados a los que se destinan.

América Latina representa un mercado potencial de alrededor de 440 millones de consumidores, que en 2001 importó casi 140 mil millones de dólares. México goza de una posición privilegiada en ese mercado por las similitudes en idioma, cultura y patrones de consumo. Los resultados iniciales de los tratados de libre comercio suscritos por México con los países de América Latina son evidencia del gran potencial de los intercambios comerciales con éstos, y refuerzan la necesidad de intensificar las relaciones comerciales en la región.

Los mercados de Asia y Europa también ofrecen importantes oportunidades para los productores mexicanos. Por una parte, la reciente expansión de la Unión Europea se traduce en el mercado más grande del mundo y, por otra parte, la región del este de Asia la de mayor crecimiento. En 2005, México registró un déficit comercial de 7,960 millones de dólares con esas regiones, y el intercambio comercial con sus principales socios de América fue superavitario. Lo anterior constituye un indicador de la importancia de pugnar por una mayor apertura de los mercados de Europa y Asia.

Balanza comercial de México por región, 2005 (millones de dólares)

Región	Exportaciones	Importaciones	Comercio total	Balanza
Estados Unidos y Canadá	68,553	55,204	123,757	13,349
América Latina	4,458	2,054	6,512	2,405
Europa	3,824	6,403	10,227	-2,580
Asia	2,041	7,421	9,462	-5,380

Fuente: SECOFI con cifras del Banco de México, 2006.

Incremento en los flujos de inversión

La inversión extranjera directa es un elemento primordial para el crecimiento económico ya que complementa a la inversión nacional y fortalecen la planta productiva. En años recientes se ha intensificado la competencia entre países por atraer inversión extranjera directa.

Por ello, en los últimos años, México ha realizado diversas modificaciones legales y de desregulación administrativa con el fin de atraer capitales productivos externos para aumentar la oferta y calidad de los empleos, propiciar mejores condiciones para la transferencia de tecnologías, así como incrementar las exportaciones, tanto directas como indirectas. También ha incorporado capítulos específicos sobre inversión en sus diversos tratados de libre comercio y ha negociado, y está en proceso de negociar, acuerdos bilaterales (APPRIs) y multilaterales (AMI), así como otros mecanismos internacionales para protegerla y promoverla.

Con estas medidas, México ha ampliado los campos de actividad económica a la participación de inversión extranjera directa, ha reducido los requerimientos administrativos para operar en México, y ha dotado de mayor seguridad jurídica a los inversionistas nacionales y extranjeros. Esto, aunado a los tratados de libre comercio suscritos por nuestro país, ofrece mayores oportunidades y menores riesgos de invertir en México.

Las negociaciones comerciales internacionales y la promoción de las ventas externas fortalecerán el acceso de los productos nacionales a los mercados del exterior, facilitando la reorientación de la estructura productiva hacia la exportación. Abrir nuevos mercados y diversificar el destino de nuestras exportaciones fortalecerá a la planta productiva nacional y favorecerá la creación de empleos bien remunerados.

3.4 RESULTADOS DE LA POLÍTICA COMERCIAL

Evaluación de 1995-2000³

A pesar que la economía mexicana sufrió la crisis más severa ocurrida desde la década de los años treinta. La interrupción y reversión repentina de los flujos de capital del exterior hacia México a finales de 1994 e inicios de 1995, sumada a la consecuente devaluación de la moneda nacional. El gobierno realizó un ajuste a la economía de manera ordenada y expedita, para conseguir dos objetivos básicos: disminuir los efectos de la crisis sobre el nivel de vida de los sectores más desprotegidos de la sociedad y crear las condiciones para que la actividad económica estuviera en la posibilidad de recuperarse en el plazo más corto posible.

Las perturbaciones del exterior como la caída del petróleo y la crisis asiática en 1998, los problemas económicos que enfrentó Brasil a principios de 1999, constituyeron el factor que más afectó la evolución de los distintos indicadores de la economía nacional. Pero la política económica orientada a mitigar la inestabilidad macroeconómica causada por las turbulencias externas, moderar las presiones inflacionarias, y mantener la viabilidad de las cuentas con el exterior, creó las condiciones que permitieron que el desempeño de la economía mexicana fuera satisfactorio.

La cifras macroeconómicas, confirma que la estrategia aplicada para enfrentar la crisis económica de finales de 1994 y las turbulencias externas fue acertada.

Esta mejoría de la actividad económica se originó en la expansión de la demanda interna, en sus componentes tanto de consumo como de inversión, y en el continuado dinamismo de las exportaciones. La producción se vio estimulada por el cambio de las expectativas, así como por la disminución de las tasas de interés reales y nominales. En específico, cabe destacar el fortalecimiento del marco macroeconómico del país, el dinamismo de el rápido crecimiento de la economía de los Estados Unidos, el aumento del precio internacional del petróleo, la recuperación económica de los países asiáticos y el limitado efecto de la crisis brasileña sobre las condiciones financieras internacionales, incidieron positivamente sobre la economía mexicana.

El PIB de México creció a precios constantes en el periodo de 1995-2000. Este crecimiento del producto fue el más alto de los últimos 19 años. Dato también importante es que hacia el cierre del sexenio el PIB había registrado 20 trimestres consecutivos con aumentos anuales.

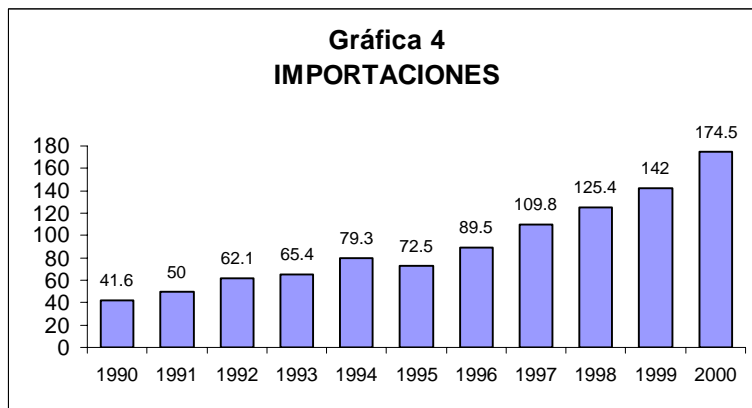
Con el favorable desempeño de las exportaciones, generó una incipiente recuperación de la actividad económica en el periodo de 1995-2000. Las exportaciones de bienes y servicios fue el rubro de la demanda agregada que mostró el mayor vigor, al crecer 16 por ciento a precios constantes.

En particular, las exportaciones no petroleras mantuvieron su vigor y el precio promedio de la mezcla mexicana de petróleo de exportación se ubicó por arriba del supuesto utilizado para la elaboración del presupuesto público. Los flujos netos de capital hacia México aumentaron ante la mejoría en la percepción del riesgo país.

³ Los datos que se presentan en este apartado se obtuvieron de los informes anuales que presentó el Banco de México durante el periodo de 1995 al 2000.

El crecimiento de las exportaciones totales resultó ligeramente menor que el de las importaciones (ver gráficas 3 y 4) y fue uno de los más altos en la economía mundial para dicho concepto. En el resultado anterior fueron determinantes i) la expansión de la economía de los Estados Unidos y ii) los elevados precios del petróleo en los mercados internacionales que permitieron que el valor de las exportaciones petroleras de México creciera. Lo anterior contribuyó a mitigar la ampliación del déficit comercial total.

México ocupó el segundo lugar como socio comercial de los Estados Unidos, ya sea que se considere tanto el destino de las exportaciones de este país como su volumen total de comercio (suma de exportaciones e importaciones). Y se mantuvo como el tercer exportador de mercancías a los Estados Unidos, después de Canadá y Japón.



Fuente: Informes anuales del Banco de México.

Al respecto, los flujos de inversión extranjera directa (IED) cubrieron tres cuartas partes. En el periodo de referencia la IED ascendió a 13,162 millones de dólares (2.3 por ciento del PIB).

Sin embargo, al cierre de 2000 se hizo presente finalmente uno de los peligros económicos más anunciados de los últimos tiempos: la desaceleración de la economía de los Estados Unidos. En parte como consecuencia de lo anterior, en diciembre el precio internacional del petróleo se redujo súbitamente.

Evaluación de 2001-2006⁴

En **2001** México resintió los efectos de la desaceleración económica global, particularmente de los Estados Unidos y los ataques terroristas del 11 de septiembre que incidieron negativamente sobre la operación del principal centro financiero mundial al causar incertidumbre y desconcierto. Las exportaciones, la producción y el empleo se contrajeron. El Producto Interno Bruto sufrió en 2001 una reducción de 0.3 por ciento. El debilitamiento de la actividad económica se reflejó en una pérdida significativa de empleos formales, especialmente en aquellos sectores más estrechamente ligados a la actividad exportadora. La severidad del ajuste de las exportaciones contrastó con el mantenimiento de condiciones relativamente favorables respecto a la oferta de capitales del exterior. Esto último, a pesar de los temores de contagio derivados de la inestabilidad en algunos mercados emergentes. La economía de México se acomodó sin sobresaltos al cambiante panorama internacional, sentando las condiciones para un crecimiento sostenido una vez que se iniciara el proceso de recuperación cíclica de la economía mundial.

Así, en 2001 la economía experimentó, por primera ocasión en un cuarto de siglo, un ciclo económico normal en el cual la desaceleración de la economía estuvo acompañada de un comportamiento estable de las principales variables financieras del país. Debido principalmente las reformas estructurales emprendidas en años anteriores (principalmente la liberalización del comercio exterior).

En **2002** la economía mexicana tuvo una evolución menos favorable que la anticipada al inicio del año: el incremento anual del PIB de México en 2002 fue de tan sólo 0.9 por ciento. La evolución del sector externo de la economía mexicana durante 2002 fue influida por los siguientes factores: la debilidad de la demanda externa y, en particular, de la proveniente de los Estados Unidos; la tendencia al alza que presentó el precio internacional del petróleo, influida por la incertidumbre con respecto a la evolución de la situación política en el Medio Oriente; la creciente inquietud sobre un posible conflicto bélico en Irak; la modesta expansión de la producción y de la demanda interna, lo cual contribuyó a moderar la demanda de importaciones y, consecuentemente, el déficit de la cuenta corriente; y entradas significativas de capital.

La estrecha vinculación que existe entre la economía de México y la de los Estados Unidos se reflejó en 2002 en una expansión moderada de las exportaciones no petroleras del país.

Desde el inicio de 2002 empezó a observarse una reactivación cíclica de la economía mundial que puso fin a un periodo breve de contracción del producto en las principales economías industrializadas. Sin embargo, el ritmo de dicha reactivación ha sido titubeante y desigual entre los países.

Para la economía mexicana ello significó una recuperación débil del mercado de exportación, la cual perdió vigor en la segunda mitad del año.

⁴ Los datos que se presentan en este apartado se obtuvieron de los informes anuales que presentó el Banco de México durante el periodo de 2001 al 2005.

En **2003** el desempeño de la actividad económica en México fue modesto. El Producto Interno Bruto (PIB) registró un crecimiento de 1.3 por ciento.

Durante el primer semestre de 2003 la economía mexicana se vio afectada por un entorno internacional particularmente complejo. En ese periodo el ambiente económico global estuvo marcado por la incertidumbre política derivada de la guerra en Irak y a un brote epidémico en Asia. La falta de claridad en cuanto a la duración del conflicto, sus costos y consecuencias, provocó una pérdida de confianza de los consumidores e inversionistas en todo el mundo. Lo anterior se reflejó en los mercados financieros y propició caídas en los principales índices bursátiles. Así, en los países industriales prevaleció un ambiente poco propicio para la reactivación de la demanda. Consecuentemente, en México durante los primeros seis meses de 2003 se mantuvo la debilidad de la demanda agregada producto, en parte, de la lasitud de su componente externo. En la segunda mitad del año el país se desarrolló en un entorno externo más favorable, particularmente en el cuarto trimestre. La actividad económica en las principales economías del mundo, especialmente en Estados Unidos, presentó mejores resultados. En ese país la producción manufacturera retomó su expansión, lo cual fue de gran importancia por sus implicaciones para la economía mexicana.

Durante el **2004**, diversos factores climáticos incidieron sobre las condiciones de oferta de varios productos agrícolas en México y los Estados Unidos. En particular, los huracanes que afectaron la costa este de este último mermaron significativamente las cosechas de diversas frutas y verduras.

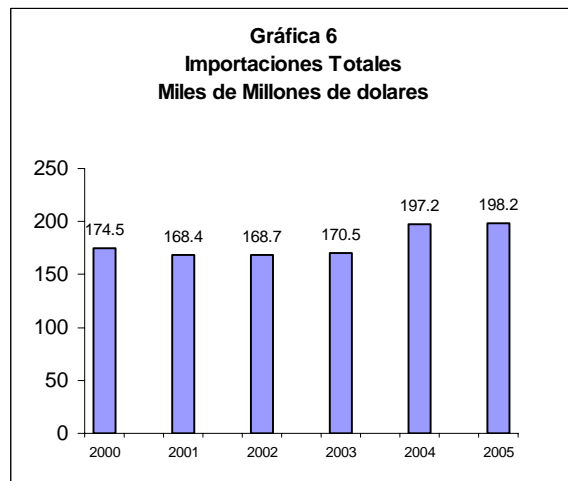
Pero a pesar de esto, la economía mexicana se vio favorecida por la consolidación del proceso de recuperación global, al registrar la economía mundial la mayor tasa de crecimiento anual (5.1 por ciento) desde mediados de los años setenta. Dicha expansión fue impulsada por el vigor de la actividad económica en los Estados Unidos, China y la mayor parte del mundo emergente, que contrarrestó la debilidad mostrada en los países de la zona del euro y Japón. Así, en 2004 se fortaleció la expansión de la actividad económica en México, iniciada hacia finales de 2003. Al respecto, destacan por su importancia tanto el dinamismo de la demanda de nuestras exportaciones, como la disponibilidad de recursos que impulsaron los componentes internos del gasto. El crecimiento registrado por el PIB en términos reales en 2004 fue de 4.4 por ciento. Tal crecimiento superó al anticipado al inicio de ese año por los principales analistas de la materia.

Durante **2005-2006** la evolución del sector externo de la economía mexicana fue influida por los siguientes factores: un menor dinamismo de la demanda externa; un aumento importante del precio internacional del petróleo; una pérdida de competitividad de los productos nacionales en los mercados externos, debido principalmente a la expansión de los productos chinos; un menor dinamismo de la producción interna que se reflejó en la demanda por importaciones; y, un aumento significativo de los ingresos del exterior por remesas familiares.

En México durante 2005 el PIB creció 3 por ciento, una tasa menor que la registrada en 2004 que resultó también inferior a la que anticipaban al inicio del año los analistas económicos. Cabe señalar que en 2005, al igual que ocurrió en el año precedente, el desempeño del gasto interno y de la actividad económica fue favorecido por importantes incrementos del superávit de la balanza comercial de productos petroleros y de los ingresos por remesas familiares.

Los aspectos más sobresalientes en 2001-2006 relativos a la evolución del sector externo fueron los siguientes:

- a) Incrementos significativos en el valor tanto de las exportaciones como de las importaciones de mercancías (ver gráficas 5 y 6).
- b) Dinamismo de las exportaciones no petroleras en respuesta a una mayor fortaleza de la demanda externa, particularmente, de la proveniente de los Estados Unidos.
- c) Aumento importante consecutivo de las exportaciones petroleras, como reflejo del alza considerable que registró el precio internacional del crudo.
- d) Disminución de la participación de los productos mexicanos en las importaciones de los Estados Unidos. El crecimiento de las exportaciones de México a ese mercado resultó menor al registrado por las exportaciones conjuntas del resto de los socios comerciales de ese país.
- e) Crecimiento significativo de las importaciones de mercancías, derivado de la expansión que tuvieron en el año la producción y el gasto agregado interno, así como del aumento que presentaron las exportaciones manufactureras para cuya fabricación se utilizan insumos importados.
- f) Fuerte crecimiento de las importaciones de productos provenientes de China, muy superior al registrado por las originadas en el resto de países con los que comerciamos.
- g) Ampliación del déficit comercial en respuesta al referido aumento de las importaciones de mercancías. El efecto de las mayores importaciones se vio parcialmente compensado por el elevado valor de las exportaciones petroleras y por el importante crecimiento de las exportaciones no petroleras.
- h) Importante ingreso de recursos al país por concepto de Inversión Extranjera Directa (IED).



Fuente: Informes anuales del Banco de México.

3.5 ESTRATEGIAS DE LA POLÍTICA EXTERIOR DE MÉXICO

La reforma emprendida por México son debido a necesidades tanto de nuestra propia dinámica interna en cuanto la evolución internacional. Por lo que no podemos cambiar los errores cometidos en el pasado; pero podemos realizar cambios, para que el presente y el futuro sea más favorables, especialmente en los ámbitos político, económico y legal.

En el ámbito internacional existen una gran diversidad de oportunidades para México: nuevos mercados, nuevas fuentes de financiamiento, nuevos socios, nuevas oportunidades para obtener beneficios de la transferencia de la tecnología, etc. Se requiere promover el comercio exterior, atraer inversiones, crear alianzas estratégicas, introducir aceleradamente las tecnologías que impulsen el desarrollo, hacer más competitiva la economía. Pero falta superar el rezago que nos colocan en desventaja con economías comparables a la mexicana y que han logrado desarrollarse a partir de la exportaciones tanto de bienes como de servicios. Para intensificar nuestras relaciones comerciales con diversas áreas del mundo, se hace necesario poner en práctica un conjunto de acciones estratégicas, tanto en el ámbito interno como en el externo.

La Secretaria de Relaciones Exteriores está atenta a los incesantes cambios en el panorama mundial y abre nuevas vías para fortalecer la presencia de México en el mundo. Sus objetivos son preservar la soberanía nacional y al mismo tiempo contribuir bienestar, la libertad y seguridad de los mexicanos.

La chancillería, cuenta con áreas específicas para dar seguimiento a todos los asuntos de nuestra política exterior; proponer líneas de acción y formular observaciones pertinentes sobre las tendencias que se advierten lo mismo en el ámbito bilateral que en el multilateral, así como de sus interrelaciones: conviene reiterar que la Secretaria de Relaciones Exteriores una de sus funciones consiste en estudiar las tendencias que más allá de nuestras fronteras pudieran tener algún efecto sobre el país: se analizan los temas de nuestra agenda, los de la agenda global, la relaciones bilaterales, las relaciones multilaterales, etc. Contamos con información sistematizada sobre prácticamente todos los acontecimientos internacionales, sobre su evolución y posibles consecuencias. Ello nos dota de un marco que facilita nuestras decisiones estratégicas y nos permiten marchar en la dirección correcta para alcanzar los objetivos de nuestra política exterior.

El Plan Nacional de Desarrollo 2001-2006 creó la nueva Subsecretaría de Relaciones Económicas y Cooperación Internacional dentro de la Secretaría de Relaciones Exteriores, que tiene como principal objetivo convertir a la política exterior en un instrumento central para lograr las metas del desarrollo económico y social de México. Esta nueva subsecretaría tiene a su cargo áreas de promoción económica en todas las misiones diplomáticas y consulares, que deberán identificar y apoyar oportunidades de comercio, turismo, inversión, financiamiento y cooperación bilateral y multilateral, en respaldo a los esfuerzos internos de desarrollo económico y social y de diversificación de los mercados externos.

Política por región

Desde hace años México ha seguido políticas que le permitan insertarse de la mejor manera en el nuevo entorno internacional. Esto nos ha llevado a buscar una relación más estrecha con la Unión Europea, con las Economías de Asia-Pacífico y con Norteamérica. En cada caso, México ha intensificado con claridad las vías de participación, pues se trata de regiones con procesos bien diferenciados. Estas políticas se complementan además con la prioridad que México otorga a su relación con América Latina, donde por afinidad histórica y cultural buscamos consolidar y ampliar los lazos con el Grupo de los Tres (Colombia, Venezuela y México), Bolivia, Chile, Costa Rica, además de nuestras negociaciones conforme al mecanismo propuesto por la cumbre de las Américas y con los países de América Central, el Pacto Andino, la Asociación de Estados del Caribe, la Asociación Latinoamericana de Integración, el MERCOSUR.

Europa

Entre la relación México-Unión Europea Surgió un Acuerdo Económico, Político y de Cooperación entre las dos naciones. Los objetivos de México se refieren al inicio de las negociaciones; en el mediano plazo, al desarrollo mutuamente conveniente de las mismas; en el largo plazo, a una vinculación más estrecha con Europa, como medio para propulsar nuestro desarrollo por medio de mayores intercambios comerciales, recepción de inversión productiva, cooperación científica y técnica, transferencia de tecnología, entre otros medios. Busca la promoción de la paz y la seguridad internacional, el estímulo al progreso y al bienestar equitativo entre los estados y un sistema económico estable, orientado a la liberalización progresiva y recíproca de los intercambios, sin condicionamiento político.

Asia-Pacífico

La Cooperación Económica Asia Pacífico (APEC) reúne a las naciones más dinámicas económicamente. Las consultas de la APEC permite una amplia participación del sector privado y de toda una gama de foros que enriquecen las discusiones en el seno de este foro. La APEC no constituye un foro de negociación, pues se basa en el unilateralismo abierto. Su filosofía se funda en la concertación, la cooperación y la prosperidad global. La participación de México también se sustenta en una intención estratégica. Las 18 naciones que forman parte de ese mecanismo poseen un producto nacional bruto de 14 billones de dólares, lo que representa más o menos la mitad del total mundial. Realizan el 46% del comercio mundial. Tiene un población alrededor del 40% de la población del planeta. La APEC Incluye a cuatro de las economías más importantes del mundo (Estados Unidos, Japón, Canadá y China), además para años posteriores no muy lejanos siete de los actuales miembros se encontrarán entre las 10 naciones más dinámicas del mundo. La vinculación de México con la APEC tiene como objetivo central incorporarse a esa dinámica de crecimiento. En un ámbito más global, con la participación de ese mecanismo se busca contribuir al fortalecimiento del sistema multilateral de comercio y a firmar el espíritu de comunidad de los pueblos del Pacífico.

América del Norte

Las naciones de Norteamérica son nuestros principales socios comerciales y con ellas se producen las principales interacciones de México con el exterior. Nuestro país tiene intereses estratégicos en la región: América del Norte es uno de los polos económicos más importantes del mundo, con un mercado de más de 290 millones de personas y un grado de avance tecnológico que México está en posibilidad de aprovechar para impulsar de manera decidida su desarrollo. Buscamos mayores intercambios y complementariedad tanto con Estados Unidos como con Canadá. Queremos asegurar la vigencia del TLCAN como instrumento con que contamos hasta ahora para impulsar nuestras relaciones con ambos países.

En la actualidad como ya anteriormente hemos mencionado, México busca estratégicamente no depender totalmente de los Estados Unidos, por lo que trata de realizar acuerdos comerciales con otras naciones, ya se llegó a un tratado de libre comercio con la Unión Europea y con Israel, ahora su atención está hacia los países del Sudeste Asiático y reestructurar sus relaciones con América Latina.

5.6 EL IMPACTO DE LAS EMPRESAS EN EL EXTERIOR

Hacer una breve referencia al proceso de expansión de las empresas es identificar la evolución, en su perspectiva histórica aparece como la culminación del poder económico y político, que el proceso de desarrollo y consecuentemente el progreso tecnológico ha dado a algunas empresas de los países líderes que operan fundamentalmente en la economía de mercado.

La expansión e integración de la economía de la Edad Media con el proceso de acumulación que tuvo lugar a partir del siglo XVIII y que desembocó en la revolución industrial de Europa Occidental, las dos guerras mundiales y la crisis general acabaron con el sistema financiero mundial basado en el patrón oro.

La acumulación de capital, el aumento del ingreso real, el progreso tecnológico en la industria, la agricultura, las comunicaciones y la organización del capital financiero, en aquellos países que a lo largo de un siglo (1770-1870) se habían incorporado al proceso de la revolución industrial, más el aumento de la población a nivel mundial, son tal vez los factores económicos más relevantes para explicar las corrientes crecientes de capitales y mercancías. Si bien aglutinaron a las economías nacionales en un sistema económico interdependiente, difundieron los efectos de la industrialización, agudizaron en muchos casos las diferencias de las estructuras productivas al consolidar una división internacional del trabajo que no los favoreció por igual.

Sin embargo, al mismo tiempo aumentaba, las oportunidades de comercio entre los países, ya que las nuevas técnicas presuponían una mayor variedad de recursos y un mercado en expansión. Que a la vez estuvo acompañada de grandes corrientes de capitales que se desplazaban según las exigencias, empréstitos gubernamentales; las inversiones directas extranjeras de empresas orientada preferentemente hacia los países que constituían sus colonias, así como zonas de influencia; la apertura de crédito y la compra de acciones de empresas extranjeras significaron desde un principio, la injerencia de los capitales extranjeros en las diversas economías nacionales.

Esto con el fin de aumentar el abastecimiento de materias primas y alimentos y, a crear las condiciones para que las regiones receptoras de inversión constituyeran mercados crecientes para sus productos manufacturados, y de sostener su tasa interna de formación de capital mediante el abaratamiento de sus costos primos y al mismo tiempo saltar las barreras al comercio impuestas en un número creciente de países.

El surgimiento de empresas cada vez más poderosas fue reduciendo el grado de competencia, ya que un intento por controlar los precios y los mercados las grandes empresas empiezan a fusionarse en la última parte del siglo XIX y principios del XX.

El armazón de la economía mundial que se había erigido durante parte del siglo XIX y los primeros años del XX contenía, sin embargo, dos elementos básicos de inestabilidad: la inestabilidad de una población en la que la producción de alimentos era insuficiente para sus sustento y que, por tanto, dependía de un comercio exterior que a su vez era poco estable, y la inestabilidad de un sistema social y una organización política que dificultaba la adopción de medidas económicas sin afectar intereses específicos.⁵

El equilibrio que se había establecido era precario y así lo probó la guerra de 1914. La faz económica y política del mundo occidental cambió; nuevos países surgieron, vastas zonas de influencia escaparon al control del sistema mundial en la cual Inglaterra era el centro hegemónico; apareciendo Estados Unidos que paso de ser un país deudor a ser el principal acreedor; las corrientes de comercio se alteraron y el sistema de pagos se debilitó con el fin del sistema del patrón oro.

Muchos países europeos se vieron forzados a abandonar parte de sus activos extranjeros, las inversiones de Estados Unidos en el exterior representaban ya en esa década (1929-1930) dos terceras partes de la inversión mundial. En la producción, sobrepaso a Europa en su conjunto, reafirmando su hegemonía, ya que sus competidores no lograban recuperarse del desajuste producido por la guerra. Además los adelantos técnicos que se operaron en ese país hicieron que su actividad industrial se encauzara hacia nuevos campos y nuevos productos, marcando el derrotero que habían de seguir en las décadas venideras, consolidando así su supremacía sobre el resto de los países industrializados. Permitiendo que EUA imprimiera nuevas modalidades al proceso de internacionalización, como la organización de sus grandes empresas.

Al terminar la segunda Guerra Mundial, las economías mundiales se encontraban profundamente deterioradas. Razón tanto de índole económica como política favorecieron la puerta en marcha la creación del Programa de Recuperación Europea conocida como Plan Marshall, y la devaluación de 19 países europeos en relación al dólar (2/3 partes). Que a pesar de la devaluación, muchos países quedaban incapacitados para pagar sus importaciones a EUA, limitando seriamente sus posibilidades de reconstrucción.

El periodo entre guerras los países reforzaron sus economías dentro de sus propios limites, con lo cual los Estados Unidos se encontró en una situación favorable, para que sus grandes corporaciones crecieran y desarrollaran sistemas de operación en donde se conjugaban la existencia de múltiples plantas y empresas, después de la segunda Guerra Mundial la corporación americana sale al mercado mundial y dentro del marco de la hegemonía de Estados Unidos, respaldada por un sistema financiero basado en el "patrón dólar".

⁵ J. M. Keynes, *The Economic Consequences of Peace*, McMillan, 1974.

El Plan Marshall es capitalizado esencialmente por las empresas norteamericanas, de aventajar a sus competidores europeos. El excedente acumulado por las empresas americanas encuentra, terreno propicio donde invertir, les permite fusionarse y absorber al competidor extranjero que podría arriesgar la estructura del mercado. Esto ha permitido el proceso de expansión y concentración de las empresas transnacionales, que principalmente se acelera en el sector manufacturero y en el petrolero.

3.6.1 Cómo ingresan las empresas en el exterior

Los aspectos específicos de su comportamiento son: las particularidades del país de origen y por su capacidad de adaptación a las políticas y a las condiciones económicas de los países en que actúan. Generando una cierta gama de alternativas, cuyo conocimiento es fundamental incorporar en la fórmula de la política.

La expansión internacional está condicionada por las vinculaciones económicas y político-históricas entre el país de origen y las diferentes regiones. Se apoya en esas relaciones globales reforzándolas en algunos casos y debilitándola en aquellos en que su acción engendra conflictos con los países en que desarrollan sus actividades.

La especialización sectorial de las empresas responde a las características de la estructura productiva del país de origen y al nivel relativo de eficiencia económica alcanzado en las distintas ramas. La magnitud del mercado interno, el nivel de ingresos, su dinamismo y la dotación de recursos naturales, determina la prioridad que para las empresas revisten las actividades internacionales. A su vez influye en el poder de negociación, puede fortalecerse o debilitarse según el grado de articulación e integración con la política de su gobierno y con el papel desempeñada en el contexto internacional.

Las diferencias tenderán a traducirse en grados variables de flexibilidad respecto a las condiciones que impongan los países receptores en cuanto a las modalidades de asociación con capitales locales, públicos y privados, a las políticas de producción y comercio exterior, a las políticas financieras y a las prioridades sectoriales y regionales.

En aquellos países cuyas empresas se orientan principalmente hacia sectores de bienes de capital o productos intermedios y de consumo con un alto contenido tecnológico, predominará el establecimiento de filiales en los países desarrollados.

La acción de las empresas manufactureras está orientada a satisfacer la demanda del mercado interno de los países en que actúan sus filiales. Determinando una marcada preferencia por aquellos mercados más grandes y de mayor ingreso por habitante. Los cuales los riesgos económicos y políticos pueden minimizarse.

Es poco atractivo para las empresas los mercados de tamaño reducido ya que concentran más de la mitad de las filiales en mercados donde el PNB supera los veinte mil millones de dólares. En los países de mercados reducidos continúa siendo más favorable, la opción de abastecerlos vía exportación. Sin embargo, el desplazamiento hacia esos mercados se ha venido haciendo inevitable a medida que se ha intensificado la competencia entre las empresas y que los países han levantado sus barreras arancelarias, inspirados en el principio de proteger las "industrias nacientes".

Considerando que la tecnología que utilizan las filiales proviene básicamente de la matriz y que los bienes que producen están en general en la fase final del “ciclo del producto”, y que, han sido concebidas en función de las necesidades del mercado interno, colocados primero en ese mercado, luego exportados y finalmente fabricados en el exterior. El supuesto básico en que el mercado principal para las empresas es el del mercado de origen. Sin embargo, en aquellos casos en que la magnitud del mercado de origen es reducida respecto a las ventas totales de la empresa, aumenta la necesidad de adaptarse a las condiciones particulares de cada mercado, en especial países desarrollados altamente competitivos en que la diversificación constituye un requisito para la expansión de las empresas locales. En estas circunstancias la empresa extranjera puede verse en la necesidad de introducirse en sectores en los cuales en su país de origen no resulta imprescindible ni rentable hacerlo.

Las empresas provenientes del resto de los países y particularmente de los países del mercado interno reducido, para las cuales el mercado principal esta en el exterior, podría presentar una diversificación mayor en las filiales que el las matrices, particularmente en aquellas filiales localizadas en los países de mayor nivel de ingreso, con estructuras industriales más integradas y donde debe de enfrentar la competencia de empresas locales.

Para estas empresas existe una mayor necesidad de que las filiales se diversifiquen de acuerdo al patrón impuesto por cada mercado.

3.6.2 Adquisición de empresas locales

Muchas veces las empresas locales hacen una transferencia de tecnología, para la creación de nuevos empleos y a su capacidad de efectuar actividades productiva, no cumplen con los requisitos adecuados. Motivos que pueden impulsar a las empresas a la adquisición de estas empresas, ya que es un mecanismo rápido y con riesgos mínimos para penetrar a un mercado de las filiales existentes, eliminando la competencia de las firmas establecidas y es una vía de adquisición de tecnología, a la cual no se puede tener acceso por medios alternativos. Evitar la competencia, además de que este medio puede ser costoso, puede recibir la oposición abierta del gobierno receptor.

Las razón de las empresas en la adquisición de firmas locales es en aquellos países en que la industria este más desarrollada; las dificultades de la implantación en el mercado son mayores; la competencia es más intensa y la tecnología disponible en las empresas nacionales es más valiosa.

Para la adquisición de firmas locales se dan en aquellos sectores en que existen gran cantidad de firmas medianas y pequeñas, que en conjunto representan una fracción significativa del mercado y que, por su misma dispersión, disponen de menos capacidad de ejercer presión sobre su gobierno.

La creación de filiales predomina en aquellos sectores con estructura de mercado oligopólica con elevado grado de concentración de la oferta de tecnología, o con barreras a la entrada asociadas al control de recursos naturales y a grandes volúmenes de inversión. Los sectores de química industrial, plásticos, productos farmacéuticos, refinación de petróleo y neumáticos presentan una proporción de filiales “nuevas”.

Estructura de propiedad de las filiales

En ausencia de presiones o estímulos externos, la empresa tiene preferencia por aquellas estructuras de propiedad de las filiales que les permiten ejercer control efectivo sobre su gestión y, específicamente, por aquellas situaciones en que no existe injerencia externa en sus decisiones. En la medida la disponibilidad de recursos financieros no constituye una restricción rígida, la participación de capitales ajenos en la propiedad de las filiales deberá responder a otro tipo de motivaciones:

i) la política gubernamental del país receptor impone, una participación minoritaria; ii) la sociedad se hace con empresas que disponen de un acervo tecnológico; iii) el socio local está en condiciones de ejercer influencia sobre el gobierno receptor; iv) en determinados sectores estratégicos que requieren grandes volúmenes de inversión, el Estado puede ser vital para garantizar la solvencia y estabilidad de la firma.

Exportación de las filiales de las empresas

Uno de los objetivos de México consiste en expandir las exportaciones de productos manufacturados. El grado en que se alcance ese objetivo está condicionado por el comportamiento de las filiales de la empresa en los mercados internacionales. Ese comportamiento a su vez está condicionado por la política industrial global y por las normas específicas que los países adopten respecto a ellas.

Puede identificarse las siguientes funciones de las empresas: i) abastecer el mercado del país en que están establecidas; ii) abastecer el mercado interno y además exportar, en determinadas líneas de productos, al mercado regional del cual forma parte el país sede de la filial; iii) abastecer el mercado interno, el regional y determinadas áreas del mercado mundial; iv) concentrarse en el mercado del país de origen de las empresas, la mano de obra es sustancialmente más bajo que en los países desarrollados.

Se registran solamente dos categorías: filiales cuyo tarea es abastecer el mercado del país receptor y aquella que corresponde a las filiales orientadas al mercado del país de origen de la empresa o al mercado mundial (maquiladoras). Ésas son en general las filiales que exportan más del 50% de su producción. Las otras exportan menos del 50% de su producción.

La proporción de filiales orientadas a la exportación aumenta paralelamente con la participación en las filiales de accionistas ajenos a la empresa. Dos condiciones básicas son que estos tengan mayor interés que las empresas en el mercado externo y que dispongan de medios suficientes de presión para imponer sus puntos de vista. Puede darse cuando las filiales, sometidas a prácticas restrictivas impuestas por la matriz, pierden oportunidades reales de mercados externos y los accionistas locales privados disponen de una participación tal que les permite ejercer un control efectivo sobre la filial o, siendo capitales estatales, inclusive minoritarios, obedecen a una política definida de fomento de las exportaciones industriales y disponen utilizar instrumentos de política económica necesarios para inducir en la filial la abertura hacia el mercado externo.

La política de exportaciones está presumiblemente vinculada al contenido tecnológico de la producción de las filiales. Aquellos sectores con mayor contenido tecnológico que son, en general, las que presentan mayor dinamismo en los mercados internacionales.

CAPÍTULO 4

ESTUDIO DEL CASO PRÁCTICO: LA EXPORTACIÓN HACIA CHILE DE UNA BEBIDA PREPARADA DE TEQUILA CON REFRESCO DE TORONJA LLAMADO “PUPPET”.

CAPÍTULO 4

ESTUDIO DEL CASO PRÁCTICO: LA EXPORTACIÓN HACIA CHILE DE UNA BEBIDA PREPARADA DE TEQUILA CON REFRESCO DE TORONJA LLAMADO “PUPPET”.

4.1 HISTORIA DEL TEQUILA

Se dice que la diosa mexicana de la fertilidad, **MAYAHUEL**, se convirtió en maguey y pasando a convertirse en el símbolo de la sobrevivencia. Los indios Otomíes fueron los que inventaron el proceso de fermentación del agave y los españoles descubrieron que ciertas especies de agave podrían ser destiladas para producir un exquisito licor.

De forma coloquial un maguey es un agave, pero también una sávila, el henequén o el aloe. Hay más de 400 clases de agaves. Según el uso al que se destine el maguey suele ser denominado de una u otra forma. Cuando se usa para fabricar jabones y aceites se suele denominar sávila o aloe. Si el destino es fabricar fibras se trata de henequén. Se suele denominar maguey cuando el resultado es una bebida denominada pulque y agave cuando de sus jugos fermentados se destilan y se obtiene el mezcal. Mezcal son todas las bebidas obtenidas por destilación del corazón del agave. El tequila es pues también un mezcal. El tequila fue conocido como aguardiente de agave y vino de mezcal.



El capitán español Cristóbal de Oñate, oficial de Nuño de Guzmán y conquistador del occidente mexicano, fundó el 12 de Abril de 1530 la villa de Tequila. Oñate fundó también la ciudad de Guadalajara.

En el siglo XVIII, Pedro Sánchez de Tagle hizo crecer el cultivo de el agave en el **valle de Tequila** y estableció formalmente una destilería en la Hacienda de Cuisillos.

Antes de 1750 Nicolás Rojas fundó una destilería llamada La Rojeña. En 1758 la familia Cuervo y Montañó fundó una destilería en la Hacienda de Arriba. En 1785 el Virrey Matías de Gálvez logró que el Rey de España prohibiera la fabricación y venta de las bebidas embriagantes. Esta medida alcanzó a durar una década pues fue abolida en 1795.



4.2 PANORAMA GENERAL DE LA INDUSTRIA MEXICANA DE ALIMENTOS, BEBIDAS Y TABACO

El sector de alimentos procesados y bebidas es uno de los más importantes dentro de la industria manufacturera; destacando por su alta generación de empleos y el crecimiento que ha mostrado en la exportación en los últimos años.

Entre los principales indicadores, cabe señalar:

- 4.6% del PIB total
- 24.7% del PIB de la industria manufacturera
- 2.1% de las exportaciones totales
- 2.8% de las exportaciones de manufacturas
- 2.6% de las importaciones totales
- 3.0% de las importaciones de manufacturas
- 24.7% del empleo del sector manufacturero
- 32.5% del total de establecimientos de la industria manufacturera

Producción

La división de Alimentos, Bebidas y Tabaco, está formada por 13 ramas de actividad económica (carnes y lácteos, preparación de frutas y legumbres, molienda de trigo, molienda de maíz, beneficio y molienda de café, azúcar, aceites y grasas comestibles, alimentos para animales, otros productos alimenticios, bebidas alcohólicas, cerveza y malta, refrescos y aguas gaseosas, y fabricación de cigarros). Pero la que más nos interesa y le daré mayor importancia es la de bebidas alcohólicas.

Con base en datos de la Encuesta Industrial Mensual de INEGI, durante los años de 2000 a 2005, la producción de alimentos procesados, bebidas y tabaco, mostró un ritmo de crecimiento promedio anual de 14.9%.

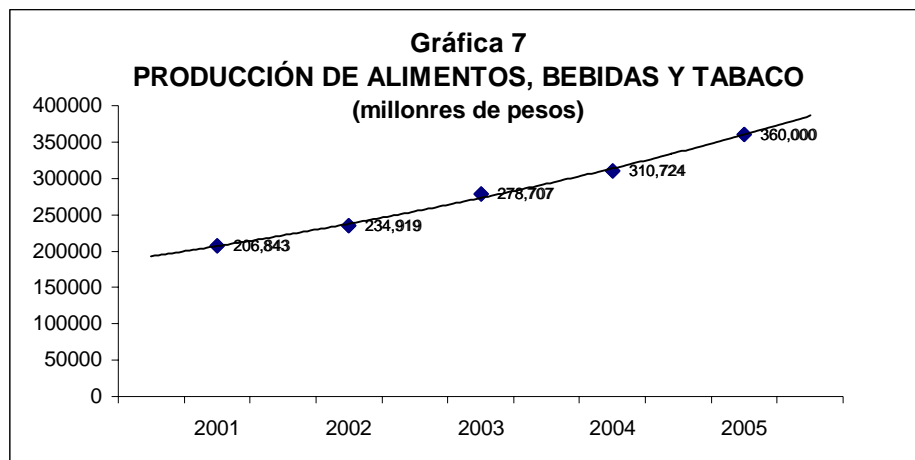
PRODUCCIÓN DE ALIMENTOS PROCESADOS, BEBIDAS Y TABACO * (MILLONES DE PESOS)

2001	206,843.3
2002	234,919.1
2003	278,706.7
2004	310,723.6
2005	360,000.4
TMCA	14.9%

*Cifras acumuladas de los datos mensuales de la Encuesta de INEGI

TMCA: Tasa Media de Crecimiento Anual

Fuente: Encuesta Industrial Mensual, INEGI



Fuente: Encuesta Industrial Mensual, INEGI, presentada por Bancomext.

En el periodo de referencia, las clases que destacaron por su dinamismo, al registrar incrementos medios por arriba del obtenido por la división en su conjunto, fueron: elaboración de bebidas destiladas de agave (37.6%); elaboración de bebidas fermentadas de uva (26.0%); refrescos y otras bebidas no alcohólicas (24.1%); elaboración de cocoa y chocolate de mesa (22.5%); tratamiento y envasado de leche (21.2%), entre otros.

La participación conjunta de estas clases en 2005, representó el 55.6% del valor generado por la producción de alimentos, bebidas y tabaco.

PRODUCCIÓN DE ALIMENTOS, BEBIDAS Y TABACO POR CLASE DE ACTIVIDAD ECONÓMICA (MILES DE PESOS)							
	2001	2002	2003	2004	2005	TMCA 2001 - 2005	PART. % PROMEDIO 2001-2005
Elaboración de refrescos y otras bebidas no alcohólicas	24,309,350	28,699,200	37,181,934	45,749,715	57,688,180	24.1	13.9
Fabricación de cerveza	15,590,459	18,530,130	23,523,082	28,582,066	33,582,534	21.1	8.6
Fabricación de cigarros	11,407,414	10,547,843	10,903,276	13,371,622	13,836,818	4.9	4.3
Elaboración de bebidas destiladas de uva	2,249,313	2,525,980	3,119,918	3,310,409	3,229,573	9.5	1.0
Elaboración de bebidas destiladas de agaves	1,476,233	1,809,110	2,716,218	3,623,185	5,298,094	37.6	1.1
Elaboración de bebidas destiladas de caña	1,860,638	2,214,831	2,534,005	3,434,378	1,648,107	-3.0	0.8
Vinificación (elaboración de bebidas fermentadas de uva)	438,633	503,205	626,884	799,302	1,106,619	26.0	0.2
Elaboración de otras bebidas alcohólicas destiladas	163,810	212,553	215,216	314,866	346,123	20.6	0.1

Nota:: Las cifras anuales corresponden al acumulado enero - diciembre.

Fuente: Indicadores de la Encuesta Industrial Mensual por División y Clase de Actividad Económica. Presentada por Bancomext.

Exportaciones

Las exportaciones de la rama de Alimentos, Bebidas y Tabaco, ocupan el segundo sitio en importancia dentro del total del sector agroindustrial. En el periodo 2001–2005, las ventas al exterior crecieron 9.3% en promedio anual, sumando 3,419.7 millones de dólares en el último año de referencia.

EXPORTACIÓN DE BEBIDAS Y TABACO POR GRUPO DE PRODUCTOS			
Descripción del producto	TMCA 2001-2005	Part. Prom. 2001 - 2005	Principales productos (Promedio anual 2001 - 2005, respecto a cada grupo)
Bebidas alcohólicas	24.7	31.7	Cerveza de malta (65.2%); tequila y mezcal (26.2%).
Tabaco, puros y cigarrillos	-2.1	3.2	Cigarrillos que contengan tabaco (48.8%); tabaco total o parcialmente desvenado o desnervado (33%).
Bebidas no alcohólicas	22.9	2.7	Agua, incluida el agua mineral y la gaseada con azúcar u otro edulcorante (71.4%); agua mineral y agua gaseada (6.3%).
Fuente: World Trade Atlas.			

Principales alimentos procesados exportados

Por el monto generado de divisas en promedio, durante los años de 2001 a 2005, el renglón de bebidas alcohólicas, representó el principal renglón de exportación, al contribuir con el 31.7%, del valor total.

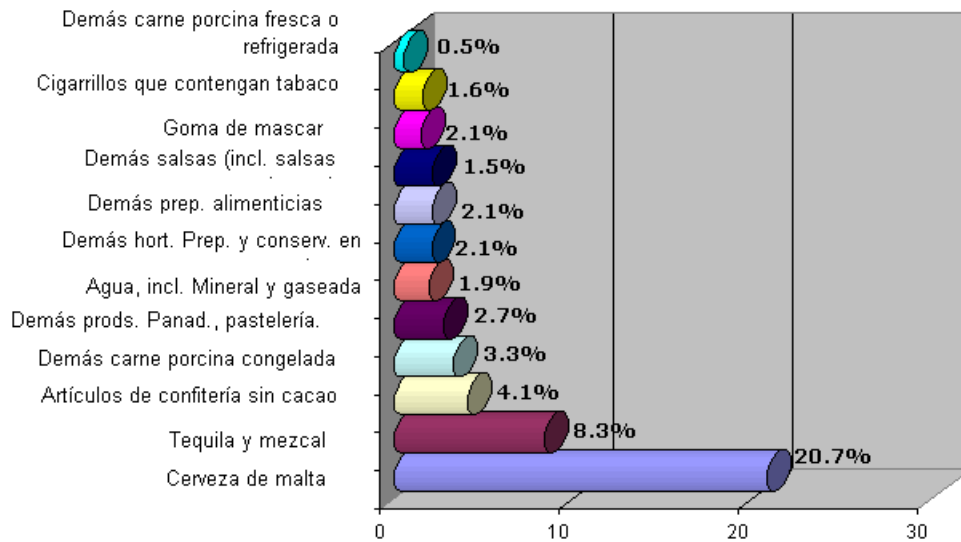
A nivel de producto, por su participación promedio en los años de 2001 a 2005, destacaron las exportaciones de cerveza, tequila y mezcal; y el agua, incluida el agua mineral y la gaseada con azúcar u otro edulcorante, representaron el 56.5% de la rama, fueron los más dinámicos, al mostrar, en el periodo de referencia, tasas medias de crecimiento por arriba del 20%.

EXPORTACIÓN DE LOS PRINCIPALES ALIMENTOS PROCESADOS (MILLONES DE DÓLARES)

Descripción del producto	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	TMCA 1999-2005	Part. % Prom. 1999 – 2005
Cerveza de malta	232.5	399.6	373.9	486.3	615.7	721.2	881.0	24.9	20.2
Tequila y mezcal	119.3	127.1	169.0	187.5	190.4	252.3	439.9	24.3	8.1
Cigarrillos que contengan tabaco	28.1	30.8	43.4	43.4	53.1	43.4	51.6	10.7	1.6
Agua, incluida el agua mineral y la gaseada con azúcar u otro edulcorante	22.4	29.6	38.5	50.7	51.5	65.1	79.4	23.5	1.8

Fuente: World Trade Atlas

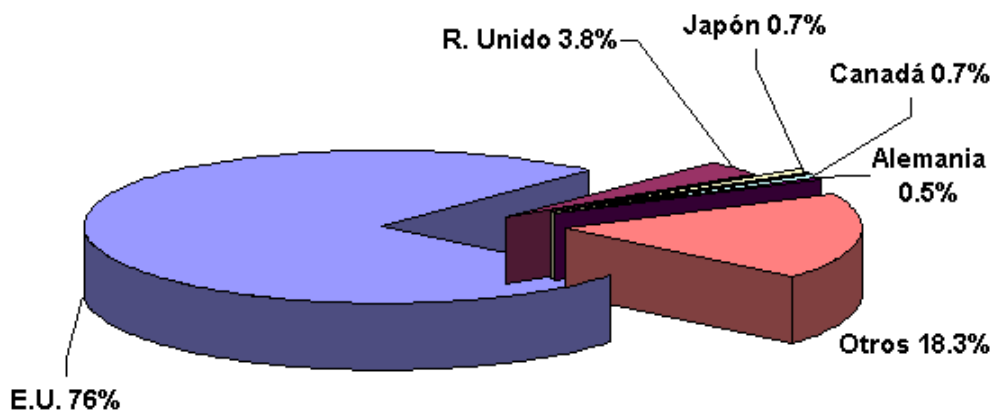
Gráfica 8
PRINCIPALES PRODUCTOS DE EXPORTACIÓN
(POR PARTICIPACIÓN PORCENTUAL PROMEDIO, 2001 – 2005)



Fuente: World Trade Atlas

El principal mercado de destino, es Estados Unidos, cuya participación durante el año de 2005, fue del 76%. Reino Unido se ubicó en segunda posición en ese año, representando el 3.8%; hacia Japón, Canadá y Alemania, se realizaron envíos por menos del 1%, respectivamente.

Gráfica 9
DESTINO DE LAS EXPORTACIONES DE ALIMENTOS, BEBIDAS Y TABACO
2005



Fuente: World Trade Atlas

Productos con mayores oportunidades de exportación

Cerveza, tequila y otros aguardientes (agave y caña)

Estos productos representan el 10.4% de la división de alimentos, bebidas y tabaco; la producción conjunta de estos productos, en el periodo 2001–2005, creció en 21% cada año.¹

Las exportaciones de bebidas alcohólicas en 2005, ascendieron a 1,431.0 millones de dólares, superando en 38.3% al monto de 2004, se observó un dinámico crecimiento en el periodo 2001-2005, al aumentar en promedio 24.7% anual; el tequila mostró el mayor incremento promedio (26.4%).²

El tequila ha cobrado gran importancia entre las bebidas alcohólicas que se comercializan mundialmente, siendo sus principales mercados de destino, Estados Unidos y Europa.

La industria del tequila se perfila como una de las industrias mexicanas que en los años subsecuentes serán de las principales generadoras de divisas, dado el interés que ha logrado despertar en el mercado internacional, por lo que la tendencia es a aumentar en forma constante sus exportaciones; lo que hace más atractiva a la industria, es el contar con denominación de origen que es aprovechada crecientemente con la exportación de tequila envasado de origen.

Se considera conveniente continuar captando una mayor participación de los mercados internacionales donde el tequila es altamente demandado, e iniciar la penetración en países asiáticos que se perfilan como potenciales mercados de destino de las exportaciones mexicanas de esta bebida.

Otro producto con potencial y que ofrece buenas expectativas de ventas al exterior, es el mezcal, bebida típica mexicana que en los últimos años ha ingresado al mercado de exportación; sin embargo, aún no es muy conocida en el ámbito internacional, por lo que es necesario diseñar una campaña de promoción aprovechando la trayectoria del tequila, bebida alcohólica elaborada también a base de agave.

Los mercados con oportunidades de negocio son: América: Estados Unidos, Chile y Costa Rica; Europa: España, Francia, Bélgica, Italia; y en Asia: Taiwán y Japón, por lo que sería conveniente concurrir a los diversos eventos promocionales en estos países.

Por lo que respecta a la cerveza, esta industria es una de las ramas de la economía mexicana con mejores perspectivas; las alianzas estratégicas que ha establecido con las empresas internacionales más importantes, su relativa protección comercial, su estructura duopólica, su integración vertical y el potencial de mercado interno y de exportación, la colocan como una industria sólida y con perspectivas favorables en la exportación.

¹ Cifras presentadas por Bancomext en su pagina de internet www.bancomext.com.mx

² Idem

4.3 PASOS PARA LA EXPORTACIÓN

Es una serie de investigaciones y análisis que el exportador debe realizar. Deben tomarse en cuenta los factores externos e internos

Factores externos:

1. Comportamientos de las importaciones en el mercado seleccionado, durante los tres últimos años. Proveedores, nombres y direcciones de las empresas importadoras.
2. Impuestos a la importación.
3. presentación comercial.
4. Convenios comerciales de crédito recíproco.
5. Formas de facturación y pago.
6. Canales de distribución.
7. Ferias y exposiciones especializadas que se lleven a efecto en el mercado que se seleccione y misiones comerciales de importación o exportación que visiten nuestro país o que vayan a ese mercado en cuestión.

Factores internos:

1. Régimen arancelario de exportación para el producto específico que se trate.
2. Estímulos y ayudas a la exportación establecidos por el gobierno mexicano.
3. Medios de transporte más adecuados para el envío de los productos exportables.
4. Seguro de crédito para exportación.
5. Estructuración del diagrama de procedimientos para la tramitación de la documentación de exportación respectiva.
6. Estructuración de la oferta de exportación.

4.4 ANÁLISIS DE LA EXPORTACIÓN

1. Presentación.

Empresa: Puppet y Cosaco Internacional, S.A. de C.V.

Dirección: Av. Recreo # 210 Col Barrio los Reyes, Delegación Iztacalco,
C.P. 08620, D.F., México.

R.F.C. PCI010201TP5.

Teléfono: 56 96 81 84 al 87

Fax: 56 96 55 83

Llamada sin costo 01 800 800 1787

Página Web y correo electrónico: www.avantel.net/~puppykos
puppykos@avantel.net

Principales productos:

Puppet: Bebida alcohólica preparada a base de refresco de sabores y tequila en presentación lata de 340 ml. 24 piezas por caja, sabores: mango, toronja, coco, naranja, lima-limón y piña; Puppet pet 500 ml. sabor toronja 16 piezas por caja y su nueva presentación Puppet 2 litros sabor toronja 6 piezas por caja, 5.5° Alc. Vol.

Garfio: Agua purificada Sabores coco, uva, naranja, limón, toronja y guaraná bajo en sales. Presentación pet 500 ml. 16 piezas por caja.

Don Punch: Refresco sabor uva sin gas y su gama de refrescos con gas en sus diferentes sabores naranja, toronja, limón, durazno, manzana y agua mineral en presentación lata de 340 ml. 24 piezas por caja y su nueva presentación pet 600 ml. 16 piezas por caja, sabores manzana, toronja, uva y naranja.

Kosako: Bebida alcohólica preparada a base de refresco de sabores y vodka en presentación lata 340 ml. 24 piezas por caja, sabores: mandarina, toronja, naranja, uva, piña y agua quina, 5.8° Alc. Vol.

Gatillero: Bebida alcohólica preparada a base de refresco de cola y ron gatillero en presentación lata 340 ml. 24 piezas por caja, 8.0° Alc. Vol.

Karusu: Bebida alcohólica preparada a base de refresco sabor coco y mango con vodka en presentación pet 500 ml. 16 piezas por caja, 6.0° Alc. Vol.

Principales mercados: La empresa distribuye estos productos en toda la República Mexicana, principalmente se distribuye en las empresas de autoservicio como es Oxxo, El Matador y en los hoteles de las zonas turísticas del país, con lo cual muchos extranjeros realizan el consumo del Puppet; actualmente se esta vendiendo en los estados fronterizos de los Estados Unidos teniendo una gran aceptación, principalmente por los mexicanos radicados en ese país. Las ventas promedio son de 10 mdp mensuales, solamente dentro de la República Mexicana.

La empresa tiene un convenio con las empresas: productora de tequila **Hacienda de Tepa** y la de ron **gatillero**, con la primera tiene asegurada la reserva de agave por lo menos 15 años, para la producción del Puppet.

Visión: Puppet y Cosaco Internacional, S.A. de C.V., es una empresa que pugna por satisfacer las necesidades del consumidor de bebidas preparadas, bajo una filosofía de calidad, basándonos en el impulso potencial y tecnológico para el desarrollo industrial en México.

Misión: ser una empresa altamente prestigiada, reconocida como una de las mejores del país y del mundo, que esta en constante crecimiento por su excelente nivel de calidad en la rama de bebidas preparadas.

Promotora de los productos mexicanos, portadora de una cultura industrial que permite un mejor desarrollo del país, fungiendo como una de las empresas más destacadas por su dedicación en la elaboración de productos que requiere la sociedad, que anhela un país y que exige y reclama el mundo entero

Objetivos:

- Entrar en la preferencia de los consumidores de tequila en Sudamérica (Chile)
- Distribuirse en las tiendas de autoservicio y en los centros turísticos del país

Meta:

Ser la principal exportadora de tequila hacia Chile, y posteriormente ingresar a los países del sudamericanos (principalmente Brasil, Argentina, Perú y Uruguay) a mediano plazo.

Fortalezas:

- Buena infraestructura.
- Tener el mayor mercado de consumidores de tequila preparado.
- Se tiene asegurada la reserva de tequila, durante 15 años, por el acuerdo con la Hacienda de Tepa.
- Sabor único, parecido a la bebida preparada llamada “paloma”.
- No es muy dulce.
- Su presentación es única al igual que el nombre que se relaciona con la bebida “muppet”.
- Tiene un precio accesible para el consumidor.
- Hay una gran variedad de sabores.
- Gran aceptación de la bebida por los extranjeros que lo consumen en los centros turísticos del país, lo que nos lleva a que pueden identificar la marca.
- Se ha logrado entrar al mercado estadounidense.

Debilidades:

- No se ha distribuido en todo el país
- No se encuentra en todos los supermercados y tiendas de autoservicio
- No es respaldada por el nombre de las grandes haciendas tequileras del país

2. Definición del producto

Producto: **“Puppet”**

Características del producto: Bebida alcohólica preparada a base de refresco de toronja y tequila con 5,5% Alc. Vol. NOM-006-SCFI-1994³.

Ingredientes: Agua carbonatada, azúcares, tequila joven “Hacienda de Tepa” MR, espíritu neutro, ácido cítrico, aceites esenciales y sabor toronja, goma arábica, estabilizantes y menos de 15mg/l de aceite vegetal bromado.

Naturaleza: Producto denominado como bien de consumo final homogéneo.

³ De acuerdo al artículo 26 de la Ley de Comercio Exterior, las mercancías sujetas a NOMs se identificarán en términos de sus fracciones arancelarias y de la nomenclatura que les corresponda conforme a la tarifa de la TIGIE.

Presentación: Bebida alcohólica enlatada (aluminio) con capacidad de 340 ml., cada una. Se distribuye en caja de cartón con 24 latas (imágenes número 1 y 2).

En la Ley del del Impuesto General de Importación y Exportación (LIGIE) de nuestro país se clasifica en la partida 2208.90.03 relacionado al tequila con una tarifa del 30% ad-valorem en importaciones y Exento en las exportaciones como apoyo al fomento de las exportaciones por parte del gobierno federal⁴.

En el sistema de armonización en Chile se clasifica en la partida 2208.9010 relacionado al tequila con una tarifa de 6% ad-valorem en las importaciones y 0.4% en las importaciones provenientes de México, de acuerdo con el Tratado de Libre Comercio entre las dos naciones en 1999⁵.

IMÁGENES 1 Y 2



Certificado de exportación⁶. Requisitos (apertura de fábrica)

Los certificados de exportación amparan únicamente el lote sujeto a comercialización; por lo que de cada exportación que se realice, deberá solicitar un certificado.

Se entregará el certificado de exportación siempre y cuando se cumplan con los siguientes requisitos:

1. Que el tequila sujeto a exportación haya obtenido la Certificación de Conformidad de Producto; para constatar lo anterior podrá solicitar al productor y/o envasador de tequila, que le muestre dicho certificado vigente; o podrá también comunicarse con las empresas tequileras y empresas especializadas en la certificación del tequila, para ver si el producto a obtenido la certificación.

⁴ Establecido los aranceles en los artículos 12 al 14 de la Ley de Comercio Exterior y los impuestos a pagar y su valor en aduana en los artículos 51, 61, 64, 67 y 79 de la Ley Aduanera.

⁵ De acuerdo con el artículo 23 fracción 2 con respecto a la rama de alimentos y bebidas alcohólicas, excepto el tabaco.

⁶ Artículo 21 de la Ley de Comercio Exterior.

2. Deberá constatar que la marca de tequila este registrada ante el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial.

3. Si la exportación de tequila es a Granel (solo a productores), deberá contar con un Convenio de Corresponsabilidad entre el productor y el envasador y que se encuentre este registrado en el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial.

4. Constatado lo anterior, podrá solicitar al Consejo Regulador del Tequila (CRT) el certificado por lo menos con 24 hrs. de anticipación como mínimo si es regional, o 48 hrs. si esta ubicado fuera de Jalisco (esté último se confirmará el día que envíe la solicitud). Para lo anterior es necesario una solicitud por escrito en la que se especifique como mínimo los siguientes requisitos:

- a) Nombre y domicilio del solicitante.
- b) Volumen total.
- c) Si la venta es a granel: especificar el recipiente en que será transportado para su venta. Si es venta envasado: especificar el número de cajas, señalando la cantidad de botellas por caja, y la capacidad de cada una de las botellas.
- d) Nombre de la marca.
- e) Graduación alcohólica.
- f) Categoría y tipo de tequila.
- g) Nombre y domicilio del cliente importador, especificando: país, ciudad, calle y número.
- h) Indicar el domicilio donde tiene el tequila, para ir a realizar el muestreo.

5. Si usted es productor y/o envasador de tequila, deberá anexar factura de venta del tequila.

Si usted es comercializador, deberá anexar tanto factura de compra como de venta así como copia del registro federal de contribuyentes.

En las facturas deberá indicar los términos de venta (INCOTERMS), la frontera de salida y el precio en dólar, o en su caso el tipo de cambio.

NOTA: La solicitud de exportación la deberá presentar en original y 3 copias.

Requisitos de inscripción como socios del CRT, para envasadores

- Presentar un solicitud de prestación de servicios, misma que le será proporcionada por el CRT.
- Copia del Registro Federal de Contribuyentes.
- Última declaración al pago de impuestos sobre la renta.
- Copia del acta constitutiva, en la que se especifique el nombre de sus principales directivos y su representante legal.
- Copia de escrituras, contrato de arrendamiento o contrato de comodato, según sea el caso.
- Copia del convenio de vinculación celebrado con el productor, así como su registro ante el IMPI; en el que le autoricen el uso de la Denominación de Origen Tequila.
- Copia del título de Registro de Marca vigente.

3. Definición del mercado



El nombre oficial de el mercado que se pretende ingresar, es la **República de Chile**, con una superficie de 736,902.9 Km², y 6,435 Km., de costas.

Limita al norte con Perú, al noroeste con Bolivia y Argentina, al este y sureste con Argentina, al oeste con el Océano Pacífico y al sur con el Paso de Drake. Su división política esta dividida en 12 regiones, la región metropolitana de Santiago y 51 provincias. Su capital es Santiago (imagen 3). El idioma oficial es castellano o español, por lo que representa una ventaja para México por su similitud cultural con Chile. Su unidad monetaria es el peso chileno.

IMAGEN 3



Clima: es diverso; latitud, mar y altitud son las variables que más influyen en él. El desierto de Atacama es uno de los lugares más secos del planeta. La zona que abarca desde el río Biobío hasta el golfo de Corcovado es de clima mediterráneo. Hacia el sur, el clima es marítimo lluvioso; en el interior se puede calificar como estepario frío. En la isla de Pascua el clima es subtropical. En Santiago, temperaturas extremas: 19.5 °C en enero, 8 °C en julio; precipitación anual, 375 mm. Valparaíso : temperaturas extremas, 17.8 °C en enero, 11.7 °C en julio, precipitación anual: 505 mm.

Perfil demográfico

Chile tiene una población de 14,583,000; con una densidad de población de 19.3(hab/km²); su crecimiento de población para el 2008 es de 15,086,000; su índice de natalidad es de 17.5 y mortalidad de 5.6; la edad promedio es de 26.5 años, por lo que se considera una población netamente joven; sus ciudades principales en población son: Concepción, 350,268; Viña del Mar, 322,220; Valparaíso, 282,168; Talcahuano, 260,915; Temuco, 239,340; Antofagata, 243,038; San Bernardo, 223,055; Rancagua, 202,073; Arica, 178,461; Talca, 174,858.⁷

Las ciudades en las que se pretende ingresar el producto son tres: Santiago, Viña del Mar y Valparaíso. Se escogieron estas ciudades, porque es una zona turística, y tanto chilenos como extranjeros demandan bebidas preparadas a base de tequila.

Perfil cultural

Su alfabetismo es de 4.8%. Su religión esta conformada por Católicos, 76,7%; protestantes, 13,2%; ateos y no religiosos, 5,8%; otros, 4,3%, judíos.

Comunicaciones y Transportes

Este rubro es muy importante para el proyecto, ya que al conocer las comunicaciones y transportes que hay en Chile, es más fácil tomar la mejor opción para la llegada del producto a las principales ciudades de esta nación.

Vías férreas: 6,782 Km.

Carreteras: 79,750 Km.

Vías navegables: 725 Km.

Puertos: Antofagasta, Arica, Chanaral, Coquimbo, Iquique, Puerto Montt, Punta Arenas, San Antonio, San Vicente, Talcahuano y Valparaíso.

Aeropuertos: 343

Perfil económico

Con respecto a la economía chilena se encuentra de la siguiente manera: su moneda en la tasa de cambio de peso por dólar americano esta en 452.67 pesos por dólar. El ingreso por habitante es de 3,170.0 dólares. El Producto Interno Bruto per capital es de 11,600. Y la tasa de inflación es de 6.7%.⁸

⁷ Datos estadísticos, extraídos del “Almanaque mundial 2007”, Ed. Televisa, 2007

⁸ Idem.

Antecedentes

Desde finales de los noventa y hasta 2002, la economía chilena creció a una tasa promedio anual del 8%, debido a un entorno macroeconómico interno estable y a un escenario internacional propicio para el incremento de su comercio exterior y el ingreso de capitales. En 2003, se registró una fuerte desaceleración, para terminar ese año con un crecimiento del 4.5%.

La economía chilena se caracterizó, durante 2004, por registrar una fuerte recesión, muy superior a la pronosticada a principios de año. El Producto Interno Bruto cayó 1%, con una ligera mejoría en la balanza comercial producto de una pequeña disminución de las importaciones y un buen comportamiento del sector exportador, cuyo crecimiento en valor fue del 4%. Este comportamiento llevaría a una modesta mejoría del déficit en la cuenta corriente de la balanza de pagos, (3,700 millones de dólares contra 4,000 millones de dólares registrados en 2003). Por lo que se refiere al nivel de precios.

Las proyecciones para el año 2005 partieron de la base de una meta de inflación del 3,5% y un crecimiento del PIB de entre 5,5 y 6%. Estas dos cifras fueron los parámetros para la elaboración del presupuesto, el cual se previó que registraría un incremento máximo, en gasto fiscal del 4.5%.⁹

Por otro lado, gracias a las políticas de liberalización de mercados impulsadas por el gobierno mexicano y por los resultados alcanzados por el Acuerdo de Complementación Económica entre México y Chile, firmado a principios de los años 90's, se logró la firma de un Tratado de Libre Comercio, mismo que se encuentra vigente desde 1999. En complemento a este acuerdo, México suscribió un Tratado para evitar la doble tributación y la evasión fiscal, efectivo desde el año 2000.

Por medio de estos acuerdos se constituye el marco regulatorio y operativo que permite una relación comercial mas eficiente al agilizar los tramites aduaneros, reducir los costos operativos además de dar transparencia en la operación y de cumplir con las disposiciones de la OMC.

Si bien desde 2001 las exportaciones mexicanas a Chile presentaron un crecimiento constante, México se logró posicionar como el cuarto abastecedor del mercado en 2004, manteniendo durante este período un saldo comercial positivo para México. Sin embargo, durante la década de los noventa, el saldo en la balanza comercial bilateral fue negativo para México, por un monto equivalente a 45 millones de dólares.

Este resultado se explica, en lo que tiene que ver con las exportaciones mexicanas, por un conjunto de factores, algunos coyunturales y otros de más largo alcance. Entre los primeros, destaca la fuerte caída de las importaciones que del mundo efectuó Chile en 2004, producto de la recesión sufrida en ese año y estimadas en más del 20%. Entre los segundos, se observa una pérdida paulatina de la competitividad que da a México el TLC bilateral, dado el programa de desgravación unilateral y generalizado que ha instrumentado el gobierno chileno, el cual sitúa el arancel general en 9% para este año y proyecta un nivel del 6% para el año 2008.

⁹ Datos estadísticos de Chile en la pagina de internet www.prochile.cl/Estadisticas_Exp/estadisticas_exp.html

De igual forma, México enfrenta mayor competencia dada la maduración de los programas de desgravación en marcha con países como Canadá, Colombia y la propia zona del MERCOSUR, entre otros. Sin embargo, debe tomarse en cuenta que los productos que Chile importa de México son los que en promedio pagan menos aranceles (0.4%), seguidos de Canadá con 1.1% y Colombia con 1.6%.¹⁰

Se considera prioritario este producto:

Debido a que se encuentran en un sector que su tamaño de mercado ha crecido en un 26% anual promedio durante los últimos 5 años, mientras que el consumo per capita del mismo lo ha hecho en un 22% en el mismo periodo.

Por otro lado el nivel de importaciones, se observa un crecimiento del 600% en el periodo comprendido de 2002 a 2004.

Las oportunidades para este producto prioritario en este mercado:

Se encuentra en el posicionamiento de la oferta mexicana en las cadenas de supermercados, sector que presenta un incremento anual promedio del 30% del índice de sus ventas, además de tener una participación del 60% en el mercado de alimentos y bebidas.

La estrategia de comercialización de estas cadenas se sustenta, aparte de contar con un precio competitivo, en el volumen y la consolidación, debido a la fuerte competencia originada principalmente por la crisis económica que vivió el país durante los últimos dos años, aunado al tamaño del mercado y a la entrada de nuevos actores al mismo. Otra oportunidad de mercado está el elaborar productos con marca propia, el cual está teniendo mucha aceptación en este mercado.

La estrategia de promoción seguida para este producto es:

Con el propósito de incrementar la presencia de productos alimenticios mexicanos no tradicionales en las cadenas de supermercados más importantes del país, en hoteles y lugares de diversión (como discos) donde haya una afluencia de turismo, ya sea mediante la venta directa o través de un distribuidor y/o representante, se han analizado tanto los precios como las estrategias de comercialización utilizadas por la competencia internacional. De igual forma, gracias a organismos como Bancomext y Prochile se ha procurado aumentar la participación de compradores chilenos en los eventos y ferias del sector en México y, finalmente, se ha dado seguimiento con las autoridades respectivas a los requerimientos sanitarios pendientes para la importación de producto mexicano específico para este mercado.

¹⁰ Datos estadísticos, proporcionados en la pagina de consulta www.bancomext.com.mx

Las acciones promocionales son:

Participar en las ferias programadas, como mecanismo para contactar a sus contrapartes, tratando de establecer compromisos para la realización de degustaciones y promoción con esquemas de gastos compartidos. De igual forma, es conveniente tener una idea del mercado para sus productos, así como de los principales importadores. Por ser el chileno un mercado que demanda pequeños volúmenes de una gran variedad de productos, lograr esquemas de consolidación que abaraten costos y se adapten al tamaño del mercado. Cuando el producto sea el apropiado, trabajar bajo los esquemas de marca propia de las cadenas de supermercados establecidas en el país. En productos con marca del exportador, se recomienda trabajar a través de distribuidores. Es importante una correcta determinación de precios CIF. Finalmente, se recomienda registrar las marcas comerciales, sobre todo aquellas que sean reconocida.

Las acciones promocionales que se han llevado acabo recientemente son:

En cuanto a la participación de empresas chilenas en Ferias del Sector en México, se organizó una misión de compradores a la Feria ANTAD 2006 a la cual asistieron la importante cadena Hipermercados Jumbo y la empresa Chilefood, empresa importadora y distribuidora de alimentos y bebidas. También se organizó una misión de compradores al IX Foro de Cancún en donde participaron De María Hermanos, Eximfel Chile y Frankonia Corporation, empresas importadoras y distribuidoras de alimentos y bebidas.

Durante el primer semestre del 2006 la Consejería Comercial de México en Chile ha apoyado a entrar al mercado chileno a 5 empresas del sector generando ventas por más de 100 mil dólares.

La información que se conoce sobre el mercado:

- Como exportar a Chile.
- Como hacer negocios con Chile.
- Perfil de mercado para licores en Chile.

Para colocar este producto prioritario en el mercado:

Se requiere estudiar el mercado en cuanto a tamaño, segmentos, volúmenes de compra, variedad de gustos, presentación de los productos, sistemas de distribución y agentes participantes, antes de hacer inversiones representativas. Una vez definido con quién se va a trabajar, mantener seriedad y cumplimiento de compromisos, sobre todo los relacionados con el servicio post-venta. Presentar una oferta variada y consolidada de acuerdo a los hábitos de consumo. Una vez posicionado en el mercado, dar seguimiento a sus tendencias.

Empresas con las que se recomienda hacer contacto

Empresa: Hipermercados Jumbo
Contacto: Uwe Perl R.
Cargo: Import Manager
Dirección: Av. Presidente Kennedy, 9001 P.4
Ciudad: Santiago
País: Chile
Teléfono: (562) 299 69 61
Fax: (562) 201 26 31
Email: uperl@jumbo.cl

Empresa: Supermercados Santa Isabel
Contacto: Miguel Díaz
Cargo: Subgerente de abastecimiento
Dirección: Av. Apoquindo 3600 P.4
Ciudad: Santiago
País: Chile
Teléfono: (562) 200 40 00
Fax: (562) 200 43 85
Email: mdiaz@santaisabel.cl

¿Qué otros contactos de interés se sugiere?

Cámara de Comercio de Santiago
Monjitas 392, Santiago.
Esteban Alvano K., Presidente
Tel: (56-2) 360 70 80, 360 70 00
Fax: (56-2) 633 09 62
E-mail: mplorca@ccs.cl

Asociación Nacional de Importadores, A.G.

Monjitas 392, p. 18, Santiago.
William McKendrick, Presidente
Tel: (56-2) 360 70 14
Fax: (56-2) 633 09 62

Instituto de Salud Público (ISP)

Marathon 1000, Ñuñoa, Santiago.
Gonzalo Navarrete M., Director
Tel: (56-2) 350 74 77
Fax: (56-2) 350 75 70

Empresa: Importadora y Exportadora Exinfel
Contacto: José Miguel Feliú Sanhuesa
Cargo: Gerente General
Dirección: Las Araucarias 9090 Km. 9 Quilicura
Ciudad: Santiago
País: Chile
Teléfono: (562) 624 78 80
Fax: (562) 624 88 09
Email: exinfel2@entelchile.net

Empresa: Distribución y Servicios (D&S)
Contacto: José María Letamendia
Cargo: Gerente de Alimentos
Dirección: Av. Presidente E. Frei Montalva 8301
Ciudad: Santiago
País: Chile
Teléfono: (562) 200 50 11

Asociación Gremial de Supermercados (ASACH)
Av. Vitacura 2771, of.303, Las Condes, Santiago.
Luis Costa, Presidente
Tel: (56-2) 236 51 50
Fax: (56-2) 236 51 33
E-mail: asach@entelchile.net

Asociación Gremial de Procesadores de Alimentos (ASFACO)

Ahumada 254, of. 1209, Santiago
Juan Luis Ceballos H., Presidente
Tel: (56-2) 699 54 00
Fax: (56-2) 696 35 06
E-mail: cfepach@entelchile.net
www.fepach.cl

4. Oferta

Producción interna 2005 (US\$):	En Chile no se da la producción de bebidas a base de tequila.
Importaciones 2005 (US\$):	2,904.232
Exportaciones 2005 (US\$):	85,177
Oferta:	2,819.055

Competidores

Productor ¹¹	Ventas 2005 \$US
CASA CUERVO	32,722
CORRALEJO	31,284
SAUZA Y COMPAÑÍA	8,968
TEQUILA CAZADORES S. DE R.L DE S.A.	5,211
EL JIMADOR	3,200
CENTINELA S.A. DE C.V.	2,824
HERRADURA	2,522

Productor ¹²	Ventas 2005 \$US
ADELCO LTDA.	112,690
BOU LTDA.	25,761
ALCIÓN S.A.	25,401
BACARDI-MARTINI CHILE S.A.	673,083
BADA Y CIA. LTDA.	62
BOU RUIZ-ABURTO, FERNANDO	54,397
CASO Y CIA. S.A.C.	54,075
FELIU SANHUEZA, JOSÉ MIGUEL	764,063
MCKENDRICK Y CIA. LTDA.	9,227
SEAGRAM DE CHILE COMERCIAL LTDA.	334,040
SOCIEDAD VINÍCOLA MIGUEL TORRES S.A.	1,538
UNITED DISTELLERS CHACAO S.A.	91,252
AGRÍCOLA Y VITIVINICOLA SANTA AMALIA LTDA.	11,938

¹¹ Todos estos competidores distribuyen tequila en Chile, pero en botella de 1 litro. No preparada con toronja, ni en presentación de lata de 340 ml

¹² Estos productores son de otras bebidas alcohólicas como vinos de mesa, brandy, ron, oporto, coñac y cerveza.

5. Precios que rigen en el mercado

El precio que tiene la caja para la empresa tiene un costo de \$40 pesos, por lo que las cifras que a continuación se presentaran, es el precio que se tiene en el mercado.

Precio estimado para la venta

Puppet	Precio unitario	Precio por caja
Precio al público	7.00\$	168\$
Precio medio mayoreo	5.50\$	132\$
Precio mayoreo	4.75\$	114\$

New Mix*	Precio unitario	Precio por caja
Precio al público	9.00\$	216\$
Precio medio mayoreo	7.00\$	165\$
Precio mayoreo	6.00\$	142\$

*Principal competidor de mercado para Puppet en México

6. Demanda

Se mide comparando la producción interna del país (PIB) más las importaciones menos las exportaciones. $PIB+m-x= CNA$ (Consumo Nacional Aparente)

AÑO	PIB	IMPORTACIONES (m)	EXPORTACIONES (x)
2002	0	1,466.585	215.294
2003	0	2,063.808	249.589
2004	0	2,904.232	85.177
2005	0	3,623.06	20.1185
2006	0	4,341.88	44.94
2007	0	5,060.70	109.9985

Consumo Nacional Aparente (CNA) 2002 = 1,251.291

Consumo Nacional Aparente (CNA) 2003 = 1,814.219

Consumo Nacional Aparente (CNA) 2004 = 2,819.055

Consumo Nacional Aparente (CNA) 2005 = 4,231.323

Consumo Nacional Aparente (CNA) 2006 = 6,351.097

Consumo Nacional Aparente (CNA) 2007 = 9,532.820

7. Proyecciones

Ventas a futuro

Año	CNA	Tasa ½ de crecimiento
2002	1,251.291	1,251.291
2003	1,814.219	1,878.1529
2004	2,819.055	2,819.0551
2005	4,231.323	4,231.323
2006	6,351.097	6,351.0978
2007	9,532.820	9,532.8206

Ritmo de crecimiento = 1.5009721

8. Tipo de embalaje que se empleara para la exportación

Debido a las normas ambientales que tiene Chile, se opto por la utilización de 3 bandejas de madera con separaciones y niveles, con un valor de \$35 pesos (\$3.5 dólares) por cada una, cotizada en la compañía maderera "California", especializada en embalajes, esta se encarga de distribuir bandejas a distintas empresas del país; su dirección se encuentra en Av. Chimalhuacan s/n esquina con Av. Nezahualcoyotl, colonia Agua Azul, Ciudad Nezahualcoyotl, Estado de México.

Cada bandeja tiene la capacidad de cargaran 40 cajas, de 24 latas cada una (imágenes 1, 2, 3 y 4).

IMÁGENES 1, 2, 3 Y 4



9. Flujo de operación de carta de crédito de exportación

1. Las Cartas de Crédito derivan de operaciones comerciales previamente acordadas entre compradores y vendedores. Una vez que las partes han definido las características técnicas de la operación, firman un contrato de compra-venta o levantan un pedido o una orden de compra, en donde claramente se estipula que la forma de pago se realizará mediante una Carta de Crédito irrevocable, pagadera contra documentos de embarque.

2. Con la información previamente acordada con su contraparte, el comprador se dirige a su banco local (banco emisor) y le da instrucciones para que emita una Carta de Crédito a favor de la empresa vendedora / exportadora (beneficiario), misma que deberá enviar a su banco corresponsal (banco notificador/confirmador) en el país del vendedor vía télex contraseñado o SWIFT autenticado, dirigida al Departamento de Cartas de Crédito.

3. Una vez recibida la Carta de Crédito en el banco notificador/confirmador, después de revisar que el texto de la misma se ajusta a la práctica internacional para manejo de Cartas de Crédito, la entrega al vendedor/exportador.

4. Tan pronto como el exportador recibe la Carta de Crédito y encuentra que puede cumplir con todos los términos y condiciones ahí estipulados, procede a despachar las mercancías.

5. Posteriormente, el exportador entrega al banco notificador/confirmador los documentos probatorios del envío de la mercancía, solicitados en el texto de la Carta de Crédito.

6. Cuando el banco notificador/confirmador certifica que los documentos cumplen estricta y literalmente con los términos estipulados en la Carta de Crédito, procede de la siguiente manera:

- a) solicita los recursos correspondientes al banco emisor
- b) efectúa pago al exportador (vendedor)
- c) envía al banco emisor los documentos solicitados en la Carta de Crédito para su posterior entrega al comprador y retiro de la aduana correspondiente.

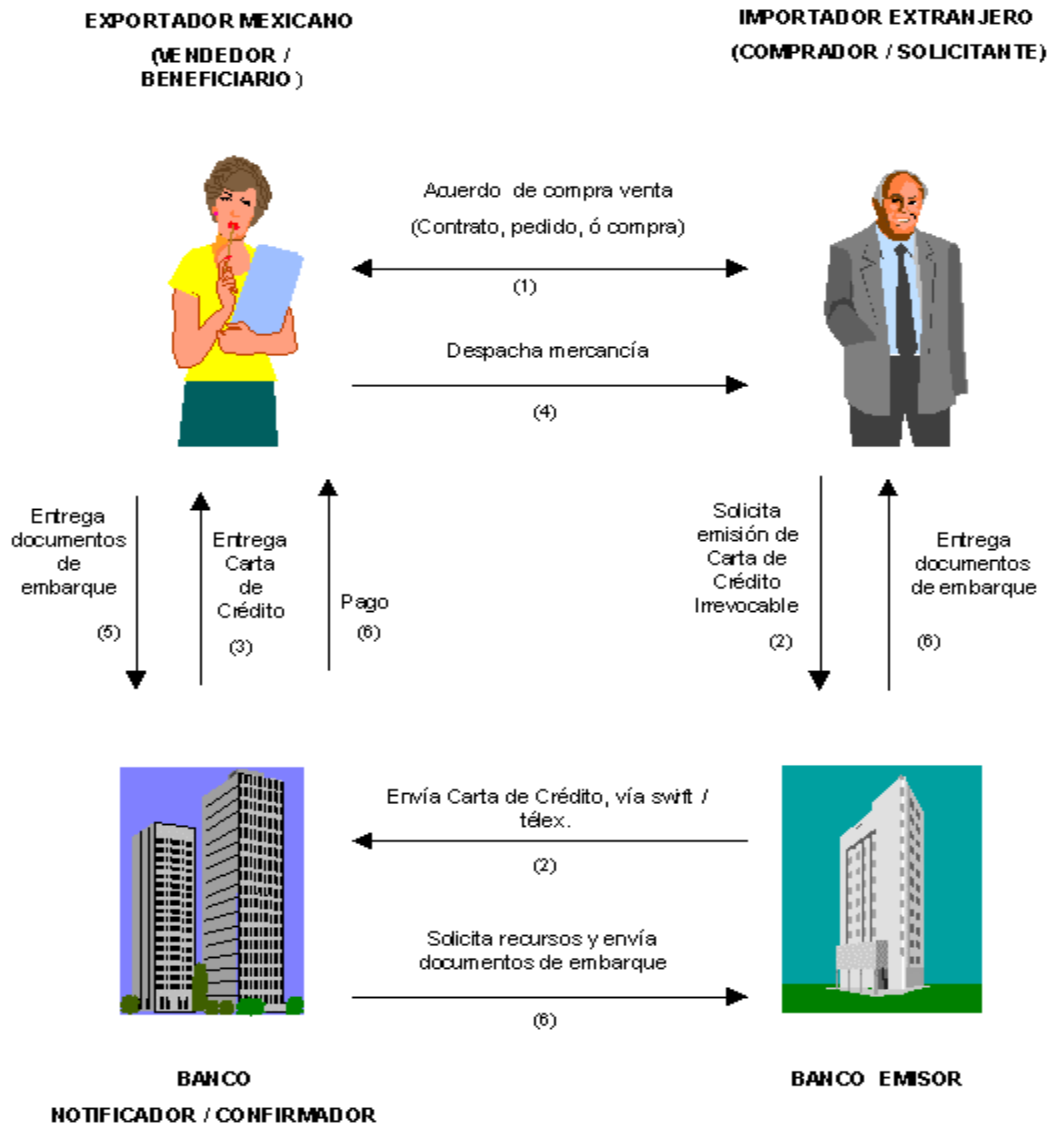
Requisitos para cartas de crédito de exportación

Bancomext cuenta con este servicio con la Certificación de Calidad ISO 9001:2000 otorgada por la firma internacional Bureau Veritas.

Para Cartas de Crédito de Exportación no es necesario cubrir requisito alguno. El exportador únicamente debe solicitar al importador que la Carta de Crédito Irrevocable, y de preferencia Confirmada, sea enviada por el banco extranjero directamente a Bancomext. Bancomext también actúa como banco notificador o confirmador recibiendo Cartas de Crédito de Exportación provenientes del extranjero a favor de exportadores mexicanos mismas que entrega a las empresas en 24 horas, siempre y cuando que la operación se encuentre en orden.

El pago a estas empresas se realiza puntualmente, una vez que los documentos presentados cumplen con los términos y condiciones establecidos.

FLUJO DE OPERACIÓN DE CARTA DE CREDITO DE EXPORTACION



Fuente: Bancomext

10. Permisos y certificados

El permiso previo: es una regulación no arancelaria que sirve para exportar legalmente al extranjero, los productos que están controlados. La lista de productos sujetos al requisito de permiso de importación y exportación está publicada en el Diario Oficial de la Federación¹³.

El certificado de origen: es el documento que sirve para demostrar el origen de las mercancías con el objeto de aplicar aranceles preferenciales en el marco de los tratados de libre comercio y otros convenios internacionales que nuestro país ha firmado. También sirven para fines no preferenciales, como por ejemplo, liberar cartas de crédito o cumplir con alguna regulación que los países de destino imponen a las mercancías mexicanas¹⁴.

Por su parte, los certificados de origen para trato arancelario preferencial, no son considerados regulaciones no arancelarias ya que el usuario podrá optar por tramitarlos para obtener ventajas arancelarias en el país de destino o exportar sin dicho documento.

Operación:

a) Importación y exportación definitiva o temporal.

La persona física o moral que desee realizar un trámite de permiso de importación o exportación, deberá presentar su solicitud en original y 2 copias con firmas autógrafas en el formato "solicitud de permiso de importación o exportación o de modificaciones" (SE-03-018) debidamente requisitada y acompañarla de los documentos anexos señalados en el instructivo de dicho formato.

b) Modificaciones

Se pueden realizar modificaciones a los permisos autorizados, siempre y cuando estén vigentes, y la modificación se refiera a cambio de valor de la mercancía, el país de procedencia o destino, la descripción del producto siempre que no se altere su naturaleza, cambio de agente aduanal y cambio de aduana de entrada o de salida. Para tal efecto, la persona física o moral que desee realizar un trámite, deberá presentar su solicitud en original y 2 copias con firmas autógrafas en el formato "solicitud de permiso de importación o exportación o de modificaciones" (SE-03-018) debidamente requisitada y acompañarla de los documentos anexos señalados en el instructivo de dicho formato.

Presentación de trámites:

Las solicitudes de permisos de importación y exportación deben presentarse dependiendo del domicilio donde se encuentre la planta productiva de la empresa, en la ventanilla de atención al público (permisos de importación y exportación), en la planta baja del edificio ubicado en Insurgentes Sur 1940 P.B., Col. Florida, Delegación Álvaro Obregón, México D.F., o bien en las Delegaciones o Subdelegaciones de esta Secretaría de 9:00 a 14:00 hrs, de lunes a viernes.

¹³ De acuerdo con los artículos 21 al 25 de la Ley de Comercio Exterior.

¹⁴ De acuerdo con el artículo 26 de la Ley de Comercio Exterior.

De manera general, la vigencia de los permisos de importación y exportación es de un año, salvo en los casos que la Dependencia o el área de la Secretaría de Economía que da la opinión de aprobación indique otra vigencia. Se pueden solicitar prórrogas a la vigencia, siempre que el permiso original no se encuentre vencido.

Tiempo de respuesta: 15 días hábiles. Salvo que conforme a las disposiciones administrativas aplicables se requiera opinión previa de otra dependencia, en cuyo caso el plazo será de 30 días hábiles. Transcurrido este plazo el interesado deberá presentarse ante la Secretaría dentro de los 20 días siguientes para conocer la decisión y reclamar su derecho sin perjuicio de que la Secretaría lo comunique directamente al interesado

Monto de los derechos aplicables a los trámites:

- \$194.00 por derecho de trámite, y
- \$924 por derecho de expedición del permiso de importación.

Estas cuotas se actualizan semestralmente. El pago se efectúa en cualquier institución bancaria autorizada, mediante la declaración general de pago de derechos (SAT-5). Para efectos del pago, en la declaración se indica la clave : 400049.

11. Agente aduanal

El Agente Aduanal realizará los trámites de desaduanamiento de las mercancías con los documentos comerciales o de embarque, y permita al Agente de Aduanas verificar la mercancía y proceder a confeccionar la declaración de exportación y el giro comprobante de pago, en el formulario declaración de salida de la mercancía¹⁵.

- 1) Copia del Acta Constitutiva de la empresa, así como copia legal de la(s) persona(s) legalmente autorizada(s) por la compañía.
- 2) Copia de documento oficial con fotografía y firma(s) de la(s) persona(s) autorizada(s). Ejemplo: pasaporte, credencial de elector.
- 3) Copia de la Cédula de Identificación Fiscal de la Empresa (RFC), así como copia del alta ante la Secretaría de Hacienda y Crédito Público.
- 4) Manifestación de valor en Aduanas.
- 5) Permisos y autorizaciones de SECOFI (Secretaría de Economía) o algún requisito o regulación(es) no arancelarias.
- 6) Carta(s) de encomienda.
- 7) Para la importación y exportación de sus mercancías:
 - a) Factura con cantidad, descripción, precio unitario y total.
 - b) Certificados de origen, TLCAN.
 - c) Certificados de Origen de la mercancía (cuotas compensatorias)
 - d) Carta técnica.
 - e) Informe de exportación (copia Aduana)
 - f) Factura comercial en original o copia.
 - g) Póliza o Certificado de Seguro.¹⁶

¹⁵ Las obligaciones y funciones del Agente Aduanal de acuerdo en los artículos 40, 41 y del 159, al 170 de la Ley Aduanera.

¹⁶ Información proporcionada por la Asociación de Agentes Aduanales de la República Mexicana, y regulada por los artículos 36 y 37 de la Ley Aduanera.

4.5 ESTRATEGIA PROMOCIONAL DE BANCOMEXT

De acuerdo con su misión, Bancomext enfoca la atención a empresas, de manera reactiva; es decir, atención a empresas que acuden a la Institución; y proactiva, seleccionando grupos de productos con potencial de desarrollo y/o consolidación en mercados definidos; en este sentido, ha desarrollado el programa "México Exporta Alimentos Procesados", el cual se estructuró bajo un enfoque sector–región-mercado vinculando las oportunidades de mercado identificadas en el exterior con la oferta exportable.

Estrategia de promoción

En los procesos de apertura comercial y de globalización de los mercados, el desarrollo de las empresas mexicanas que participan en el comercio exterior, es fundamental para alcanzar la consolidación del aparato productivo y de la economía nacional.

En este contexto, las empresas productoras de alimentos procesados y bebidas desempeñan un papel primordial en la estrategia de comercio exterior, por su generación de divisas y empleos, así como por su potencial para incrementar su participación en el mercado internacional.

Por ello, el Banco Nacional de Comercio Exterior, S.N.C., como instrumento del Gobierno Federal, busca incrementar la competitividad de las empresas mexicanas, principalmente pequeñas y medianas, otorgando un apoyo integral a través de servicios de información, asesoría, capacitación, asistencia técnica, estudios, eventos y financiamiento.

Bancomext ofrece productos y servicios promocionales que buscan atender las necesidades generales y específicas de las empresas mexicanas interesadas en exportar, consolidar o diversificar sus operaciones en el mercado internacional. Atendiendo requerimientos particulares de cada uno de los sectores se cuenta con productos desarrollados con ese enfoque; es decir, sectorial. Lo anterior, con el propósito de incidir con mayor eficiencia en el desarrollo exportador de los empresarios que se inician o ya participan en el comercio exterior.

Productos y servicios

Información: Contar con la información que responda a las necesidades de las empresas para participar en el mercado nacional e internacional, representa cada vez más, una herramienta indispensable de competitividad; por ello, Bancomext pone a disposición del empresario mexicano una amplia gama de productos de información en medios impresos y electrónicos que le permitirán conocer el proceso de exportación, las características de los mercados y los productos y servicios de la Institución, así como difundir la oferta exportable mexicana.

Bancomext ofrece estos servicios a través de:

- Los Centros Bancomext de la República Mexicana
- Las Consejerías Comerciales de Bancomext en el exterior
- En el edificio central, para alimentos procesados, a través de la Unidad de Desarrollo Exportador para Alimentos Procesados
- Vía telefónica en el sistema *Telemarketing*
- A través de la *página* de Bancomext en internet (www.bancomext.com.mx)

Asesoría: El Banco pone a disposición de la comunidad exportadora asesoría especializada, para apoyar al empresario en todo el proceso de exportación, entre las cuales destacan:

- Regímenes arancelarios de importación y exportación
- Reglas de origen
- Normas técnicas y requisitos fitosanitarios
- Aspectos legales
- Conciliación, arbitraje y dictámenes jurídicos en comercio exterior
- Información especializada del sector
- Identificación de segmentos de mercado en el exterior
- Selección de canales de distribución

Estudios y publicaciones: Se lleva a cabo un amplio Programa de Estudios y Publicaciones para fomentar la cultura exportadora, promover la oferta exportable, difundir e informar sobre aspectos técnicos y legales que intervienen en la exportación y dar a conocer a los empresarios nacionales las oportunidades de exportación que existen en diferentes mercados internacionales.

Dentro de los estudios y publicaciones destacan los directorios de exportadores, las guías del exportador, documentos de capacitación, catálogos de productos, perfiles y estudios de mercado, documentos técnicos y estudios específicos para cada sector.

Programa de asistencia técnica: El Programa de Asistencia Técnica busca apoyar a las pequeñas y medianas empresas exportadoras directas e indirectas y potenciales, encauzando recursos técnicos y económicos que permitan mejorar sus procesos productivos y cumplir con normas y certificaciones requeridas en el mercado internacional, a fin de incrementar la calidad y competitividad de los productos mexicanos.

En este sentido, se considera el apoyo para la mejora de procesos productivos y el cumplimiento de normas y certificaciones internacionales. En el primer rubro se consideran, entre otros aspectos:

- Asimilación y/o adaptación de tecnología
- Mejoras a la distribución de planta
- Diseño y rediseño del producto y empaque
- Automatización de procesos
- Mejora en la operación de los equipos

Capacitación: Bancomext cuentan con un programa de capacitación que incluye la realización de cursos, seminarios y diplomados que atienden las necesidades de los empresarios mexicanos para participar en el mercado internacional. Asimismo, lleva a cabo seminarios dirigidos a empresarios extranjeros. Para dar a conocer las oportunidades que ofrece el mercado mexicano en materia de inversión y desarrollo de proveedores.

Promoción de negocios en el exterior: Los servicios que ofrece el Banco en el exterior, a través de su red de Consejerías y Módulos Comerciales, buscan facilitar al empresario mexicano la concreción de negocios comerciales y de inversión con empresarios extranjeros. Estos servicios incluyen información sobre oportunidades de negocios internacionales; asesoría sobre mercados y estrategias de comercialización; agendas de trabajo entre empresas mexicanas y extranjeras; seminarios y apoyos a empresas que participan en eventos internacionales:

- **Inteligencia comercial-** La generación de información sobre las tendencias del comercio y mercados internacionales por parte de las consejerías comerciales es una de sus actividades permanentes. Ello permite conocer las oportunidades que se presentan en los principales centros de negocios en el mundo, así como analizar las mejores estrategias de comercialización para los productos mexicanos.

Esta información se concreta en una serie de publicaciones, bajo el nombre de "Estudios y perfiles de mercado" y el programa para el año 2000 se incluye en el capítulo de "Estudios y publicaciones"

Programa México Exporta

Para el sector exportador de alimentos procesados, Bancomext ha instrumentado el Programa: México Exporta Hoy, el cual tiene las siguientes características y objetivos:

Concepto:

El Programa México Exporta, es un instrumento que ha venido manejando Bancomext con la Comunidad Exportadora durante varios años. Actualmente se ubica en la Fase III, la cual contempla desarrollar y/o consolidar empresas exportadoras, de productos seleccionados, hacia mercados con potencial confirmado por las Consejerías Comerciales. Lo anterior, se ha venido realizando en estrecha coordinación con Cámaras, Asociaciones, Gobiernos Estatales y algunas dependencias del Gobierno Federal, tales como la SAGARPA.

La realización del objetivo central del Programa México Exporta, requiere de una serie de acciones de promoción, evaluación técnica, capacitación, etc. para validar la participación de empresas. De esta manera, una vez seleccionadas las empresas, se prepara un Paquete Integral de Productos y Servicios, "a la medida" de los requerimientos de cada una de las participantes.

Ventajas para el empresario mexicano

- Participación en grupo de empresas de una sola industria
- Estrategia definida
- Costos compartidos entre empresas y Bancomext
- Atención especializada de Bancomext
- Ahorro en el costo de los servicios promocionales
- Apoyo de las autoridades a problemas específicos de la industria

Paquete de productos y servicios

Se apoya de manera integral a las empresas diseñándoles un paquete de productos y servicios Bancomext (traje a la medida), de acuerdo a las necesidades específicas de cada empresa.

Este paquete podrá incluir lo siguiente:

1. Información.- Sectorial (Documentos Técnicos, Perfiles y estudios de mercado, Promoción Internacional) y General (Documentos Técnicos, Directorios y Publicaciones Periódicas, Guías de Exportación).

2. Asesoría.- Sectorial (Estrategia para la exportación de su producto, oportunidades de exportación, características del mercado meta) y especializada (régimen legal y arancelario de un producto en un mercado determinado, contratos, etc.)

3. Capacitación.- Sectorial (Seminarios o talleres especializados para las empresas del sector, enfocados a temas de interés común) y General (Cursos organizados por el Instituto de Desarrollo Exportador de Bancomext, dirigidos a toda la comunidad exportadora, con el objetivo de proporcionar toda la información relacionada a la actividad exportadora, ejemplo: Cómo formar el precio de exportación, Estrategia Empresarial para iniciar y consolidar negocios de exportación, etc.

4. Asistencia técnica y campañas de imagen.- Su objetivo es apoyar problemas específicos que incidan en la productividad o competitividad del sector empresarial, satisfacer necesidades de información precisa de mercados específicos para la adecuada toma de decisiones de las empresas en sus actividades de internacionalización, apoyar la penetración y consolidación de productos mexicanos en mercados específicos, mediante la realización de campañas de imagen aprovechando el impacto de la publicidad y generar un efecto multiplicador en los programas, al involucrar a varias empresas de una rama industrial que compartan un problema similar.

Los costos son compartidos al 50% entre las empresas beneficiarias de los apoyos y Bancomext.

5. Eventos internacionales.- Su objetivo es ser una herramienta promocional a través de la participación en Ferias y Misiones comerciales en el extranjero y en México.

6. Promoción internacional.- A través de los cuatro productos promocionales: Perfiles producto – mercado; promoción de oferta exportable; canales de distribución; y agendas de negocios en el exterior.

7. Portal Bancomext.- Ofrece la oportunidad a las empresas de realizar un catálogo electrónico y ligarlo al portal de Bancomext.

8. Productos y servicios financieros: Crédito comprador, garantías, seguros, cartas de crédito, compra - venta de divisas, entre otros.

Requisitos de participación

Presentación de los formatos institucionales:

- Perfil Empresarial
- Check - Up o Autoevaluación de Minervini

Que contienen la información mínima necesaria para realizar la evaluación y selección de empresas.

Validación del Paquete Integral de Productos y Servicios propuesto por Bancomext para la empresa.

Formalización de la participación de la empresa, mediante el pago del costo del Paquete.

Así, Bancomext busca Apoyar a las empresas mexicanas del sector alimentos procesados y bebidas, vinculadas directa o indirectamente a la exportación y/o sustitución de importaciones, a fin de incrementar su competitividad, a través de un conjunto integral de servicios promocionales y financieros, diseñados por Bancomext, específicamente para este sector.

Apoyar el desarrollo y la exportación de la industria de alimentos procesados y bebidas ya establecida, a fin de soportar su crecimiento y facilitar su incorporación a la globalización, de tal manera que esté en condiciones de competir en el ámbito internacional.

Recomendaciones para acceder al mercado

En el comercio internacional, el sector de alimentos procesados y bebidas, muestra un gran flujo, presentándose una variedad creciente de nuevos productos alimenticios, nuevas presentaciones, nuevos gustos de los consumidores, pero también requisitos y condiciones que cumplir.

El proceso de exportación de alimentos procesados, se inicia en México con el trámite y recopilación de una serie de documentos, certificados y formatos, expedidos por las autoridades mexicanas, con los cuales el exportador realiza las gestiones correspondientes en la Aduana. Es pues, muy importante, conocer los trámites y documentos de salida y entrada, así como los regímenes comerciales y aduaneros imperantes para su producto en el mercado meta.

CONCLUSIONES

CONCLUSIONES

La teoría clásica del comercio desarrollada por Smith, Ricardo y Mill se ocupaba sobre todo de analizar las ganancias derivadas del libre comercio. Sin embargo, la teoría moderna del comercio internacional acepta la veracidad de la teoría de la ventaja comparativa y se centra en analizar los patrones de comercio de cada país y los orígenes de dicha ventaja.

Los teóricos clásicos suponían que las diferencias en las ventajas comparativas se debían a la diferente productividad de los recursos, lo que reflejaba una desigual distribución entre países de tecnología y clasificación de mano de obra. Algunos economistas del siglo XX han dado una explicación más precisas de las distintas ventajas en la producción, destacando que la diversidad de precios de los bienes finales refleja la desigualdad de los recursos productivos y esto se debe a la escasez relativa de estos recursos en cada país. Los países se especializan en la producción y exportación de aquellos bienes que requieren materias primas y recursos de los que el país dispone en abundancia, e importan bienes que requieren recursos que el país no posee. Esto la ley de oferta y demanda dependiendo de la existencia de la materia prima del país productor.

Por lo tanto, el comercio internacional, esta determinado por la capacidad de producción y especialización de un país respecto a la demanda de un producto de parte de otro, balanceados por las políticas de importación y exportación, unido a una seguridad jurídica-comercial por tratados internacionales y el precio que se va a pagar por el producto.

En lo que respecta a la globalización, es una realidad que precisa ser aceptada y comprendida, ya que exige la formulación de estrategias para pavimentar de la mejor forma los dos caminos que el nuevo ambiente presenta:

- Continuar en el negocio, asegurando su supervivencia y crecimiento a mediano y largo plazo;
- Vender la empresa en las mejores condiciones posibles, cediendo espacios a quien se disponga a jugar el juego inevitable de la globalización.

A lo largo de esta tesis, concluyo que no existen formulas simples ni soluciones genéricas para la globalización de cualquier tipo de empresa en cualquier sector de negocios. Las soluciones tienen que ser encontradas para cada situación, aceptando el desafío de administrar la complejidad y la diversidad, que son propias de la realidad actual.

Más que la necesidad de desarrollar una estrategia de globalización para las empresas, el desafío que se presenta es saber cómo implantarla y mantenerla permanentemente en evolución, acompañando los cambios del ambiente económico.

Sin duda, el tiempo exige mayor creatividad y dinamismo de los dirigentes de empresas, ya que los riesgos son mayores que en cualquier otra época en la gestión de las empresas.

Cuando alcanzan la etapa global, los negocios enfrentan el desafío de formular estrategias que capturen economías de escala y sinergias, con ello, pretende la capacidad de atender a las características y necesidades particulares de los mercados en que actúan. Se trata de un complejo proceso de ajuste, dadas las múltiples fuerzas que influyen la adecuación del compuesto mercadológico para responder a esas exigencias competidoras de características específica y homogenización de los productos.

La economía mexicana para enfrentar esta orden global hasta el 2005, logró avances significativos en múltiples aspectos del ámbito económico nacional. En este periodo la economía enfrentó fuertes perturbaciones como las crisis de 1982 y 1994 e inesperadas de origen externo por la profundización de la crisis asiática y la brusca reducción de los precios del crudo de exportación.

A pesar de que dichas alteraciones han amenazado la estabilidad de muchos países, México ha sido una de las naciones que mejor han sorteado los difíciles tiempos actuales.

De hecho, el sector exportador continúa con un dinamismo significativo al grado de que se calcula que ha continuado creciendo a un ritmo similar desde 1997. Siendo esta actividad una de las más importantes de la economía mexicana. Por lo que México continuará con una política de fomento a las exportaciones y negociaciones comerciales internacionales que contribuyan a promover la apertura de los mercados externos, permitiendo obtener reciprocidad a nuestro proceso de liberalización comercial, reduzca la vulnerabilidad de nuestros exportadores ante medidas unilaterales por parte de nuestros socios comerciales, fomente los flujos de inversión extranjera directa hacia México y que aumente una mayor participación de empresas en el sector exportador.

Todo las conclusiones anteriores de que la política de fomento a las exportaciones de México es benéfico para las empresas, a pesar de vivir en un mundo más globalizado y competitivo, es acertado buscando la mejor estrategia para la exportación, y las podemos fortalecer aun más con los resultados del proyecto de investigación, que son los siguientes:

La cantidad a exportar son 120 cajas con 24 latas cada una, con un peso de 9 kilos cada una. Su valor por caja es de 4 dólares (en este precio ya viene integrado el valor del empaque), por lo que tenemos un valor total de 480 dólares.

El embalaje como ya se mencionó en el capítulo cuatro, son bandejas de madera con separaciones y niveles, con un valor de 3.5 dólares cada una. Por lo que nos da un valor total de 14 dólares.

El transporte hasta el aeropuerto de salida se realizará por medio de vía terrestre (camión de carga), el cual no tiene costo alguno, ya que la empresa cuenta con este servicio o también está integrado en el servicio de la agencia aduanera, que se encarga de recoger la mercancía en el lugar donde se localiza la compañía exportadora.

El flete de avión cuenta con el trasbordo de carga, así como de descarga a la llegada a su destino, revisión y el mantenimiento de bodega hasta la entrega de la mercancía (dependiendo del tiempo que se encuentre la carga en bodega, se cobrará recargo por día que no la recojan), la misma empresa proporciona la guía aérea, documento necesario para el exportador e importador para comprobar el valor del flete y

las cantidades de mercancía que se esta exportando. Aunado a esto, se puede adquirir también el seguro de carga que ampara a las mercancías y ofrece la misma empresa aérea (es opcional si uno así lo desea).

Con Aeromexexpress se cotizó en 2.10 centavos de dólar por kilogramo de peso; calculando el peso de las cajas más el peso de las bandejas de madera, son aproximadamente el total de una tonelada, con precio total de 2,100 dólares; más el seguro de la carga, hasta el lugar de destino, en el cual se cobra el 6% del valor de la carga, que es equivale a 28.8 dólares.

El agente aduanal en México, este se encarga de los trámites ante la aduana del aeropuerto, con los permisos y certificados que se requiere para la realización de la exportación, y que nosotros mismos facilitamos, él solamente se encarga del trámite del pedimento con la documentación correspondiente, más el pago del arancel de la aduana, que en el caso de las exportaciones esta exento. En caso de que haya alguna multa, por concepto de datos inexactos o por omisión de impuestos, el agente aduanal requerirá de la cantidad establecida por la multa y se le cobrará ese pago al exportador.

En la agencia aduanal RB Group, que se ubica en la calle Hermosillo No. 11 Colonia Peñón de los Baños, se cotizó el precio en \$1,500.00 del servicio del agente aduanal, esto incluye el pago del Derecho de Trámite en Aduana (DTA) con un costo de \$167.00¹, el arancel correspondiente a la exportación esta exento, debido a las políticas de fomento de exportación que realiza el gobierno federal de México.

El costo por el permiso de exportación que tiene un costo de \$1,000.00 no se incluye, ya que éste tiene una vigencia de un año y si nos ponemos a pensar que se pueden realizar varias operaciones de exportación por año, el valor será insignificativo.

Por lo tanto, la cotización del desarrollo de la exportación, arrojó el precio total de 2,773.8 dólares, este precio es el resultado final de la cotización de exportación, y no se realizó la utilización de los incentivos que ofrece el Gobierno Federal, porque al utilizar los servicios que ofrece la Secretaría de Economía y Bancomext, se puede disminuir el costo de exportación hasta un 30% del valor obtenido, ya que estos organismos cuentan con gente especializada y la experiencia en el desarrollo de exportaciones, obteniendo precios especiales en varios servicios como son transporte aéreo, seguros y fianzas, la tramitación de los permisos de exportación, la relación con agentes aduanales y Bancomext tiene también el servicio de las cartas de crédito.

Por lo tanto, al analizar esta cotización, podemos concluir que es viable el desarrollo de la exportación del "Puppet" hacia el mercado chileno, obteniendo tres resultados:

1) Si se lleva acabo la exportación por medio de empresas distribuidoras, la ganancia es poca en un principio, pero al ingresar el producto al mercado chileno, se podrá realizar la negociación directa con los supermercados y a mediano plazo se podrá observar una ganancia creciente, obteniendo la experiencia de conocer todo lo necesario para el ingreso del producto al mercado chileno.

¹ Diario oficial de la federación. Fecha de Publicación: 01/01/2007 Fecha de Vigencia: 31/06/2006

2) Al aprovechar los servicios que el Gobierno Federal, se obtendrá una ganancia mayor y más rápida, que realizando la exportación de forma directa, ya que tienen una gran cartera de clientes que podrían adquirir el producto, y así logrando acomodarlo en menor tiempo y reducir los costos del proceso de exportación.

Obteniendo una aceptación en la hipótesis de que aprovechando los beneficios que el Gobierno Federal ofrece al fomento a las exportaciones, en las facilidades y apoyos necesarios para que las empresas sean más competitivas a nivel internacional.

3) Con fines de mediano a largo plazo, utilizando cualquiera de los dos medios anteriores y gracias al Tratado de Libre Comercio entre Chile y México; se puede llegar a producir el producto en el mismo mercado; exportando las barricas de tequila y llegando a un acuerdo con una empresa productora de refresco de toronja (por ejemplo: Coca Cola de Chile) para que enlate la bebida, ya que muchas de estas empresas cuentan con la maquinaria para realizar este proceso. Por lo tanto, el costo se reduciría aun más que exportando el producto desde México, obteniendo una ventaja aún mayor.

Además, la idea no es quedar solamente en el país de Chile, sino que es la llave para ingresar al MERCOSUR, que es uno de los bloques más grandes a nivel mundial y potencial, para el ingreso y consumo de los productos mexicanos.

BIBLIOGRAFÍA

BIBLIOGRAFÍA

- Almanaque mundial 2007*, Ed. Televisa, México, 2007.
- Banco de México, *Informes del Banco de México*, México, 1990-2000.
- Banco Nacional de Comercio Exterior, *México Transición Económica y Comercio Exterior*, Ed. Bancomext y FCE, México, 1999.
- Bartlett, Christofer A. y Sumantra Ghoshal, *Gerenciando Empresas no Exterior*, Makron Books, 1992.
- Bassi, Eduardo, *Globalización de Negocios: Construyendo Estrategias Competitivas*, Ed. Limusa, México, 1999.
- Carlos Vilas, “*Seis ideas falsas sobre la globalización. Argumentos desde América Latina para refutar una ideología*”.
- Chacholaides, Milhades, *Economía Internacional*, Ed. Mac Graw Hill, México, 1992.
- Comercio Exterior 2003, *Ley Aduanera y Ley de Comercio Exterior*, Ed. ISEF, México, 2003.
- Fajnzylber W. Fernando, *Empresas Transnacionales y su expansión a nivel Mundial*, Ed. Fondo de Cultura Económica, México 1976.
- Ferrer, Aldo, “*Historia de la Globalización*”.
- Galbraith, James K., *Panorámica de las políticas sectoriales en Estados Unidos*, Serie de Lecturas del Trimestre Económico No. 80, Ed. Fondo de Cultura Económica.
- Hirst P. & Thompson G. *Globalization in Question*. Polity Press 1996.
- Huerta, Arturo, *Los Rasgos del Modelo Neoliberal Mexicano*, Ed. Diana, México, 1995.
- Krugman, Paul, *Economía Internacional*, Ed. Mac Graw Hill, México, 1995.
- Mercado, Salvador, *Comercio Internacional I*, Ed. Limusa, México, 2002.
- Mercado, Salvador, *Comercio Internacional II*, Ed. Limusa, México, 1999.
- Mercado, Salvador, *Tráfico Internacional*, Ed. Limusa, México, 1999.
- Mesa, Roberto, *Teoría y practica de las Relaciones Internacionales*, Ed. Taurus, Madrid, España, 1980.
- Morales Troncoso, Carlos, *Plan de Exportación*, Ed. Pearson Educación, México, 2004.
- Moreno Castellanos, *Comercio Exterior sin Barreras*, Ed. ISEF, México, 2002.
- Porter, Michael. Seminario “*Reinvesting Strategy*”, HSM, 1994.

Porter, Michael. *Estrategia Competitiva*, Ed. CECSA, México, 1997.

Ruiz Durán, Clemente, *Macroeconomía Global: Fundamentos institucionales y de organización industria*, Ed. UNAM y Jus, México, 1999.

Torres Gaytan, Ricardo, *Comercio Internacional*, Ed. Siglo XXI, México, 1994.

HEMEROGRAFÍA

Derecho de Trámite en Aduana, Diario oficial de la federación, México, 01 de enero de 2007.

Ley del Impuesto General de Importación y de Exportación, Diario Oficial de La Federación, México, 01 de abril de 2002.

Paul Samuelson: "The Gains from international trade once again". *Economic Journal* No. 72 (1962).

Plan Nacional de Desarrollo 1995-2000, *Programa de Política Industrial y de Comercio Exterior*, Diario Oficial de la Federación, 31 de mayo de 1995.

Plan Nacional de Desarrollo 2001-2006, *Programa de Política Industrial y de Comercio Exterior*, Diario Oficial de la Federación, 30 de mayo de 2001.

Tratado de Libre Comercio entre Chile y México, Diario Oficial de la Federación, México, 30 de julio de 1999.

MESOGRAFÍA

www.bancomext.com.mx

<http://www.cddhcu.gob.mx/leyinfo/>

www.chinet.cl/index.htm

www.cie.uen.cl/

<http://www.economia.gob.mx/?P=955>

<http://www.esmas.com/finanzaspersonales/320184.htm>

www.import.cl/index.htm

www.ine.cl/

www.minecon.cl

www.prochile.cl/Estadisticas_Exp/estadisticas_exp.htm