



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA
DE MÉXICO**

**FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES
CUAUTILÁN**

**PROYECTO DE EXPORTACIÓN DE TEQUILA A LA
CIUDAD DE PARÍS, FRANCIA.
("TEQUILA OLIVER", S.A. DE C.V.)**

TESIS

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:

LICENCIADO EN CONTADURÍA

P R E S E N T A :

OLIVERIO CASTELLANOS GUERRERO

ASESOR: M.A.O. FRANCISCO ARTURO HERRERA BARROSO

CUAUTILÁN IZCALLI, 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 Y DEDICATORIAS

A mi familia

Por prestarme todo su apoyo y comprensión en este tiempo, pero sobre todo su amor. Gracias, los amo.

A mis padres

Por ser de lo mejor y estar conmigo incondicionalmente y hasta el fin. Gracias porque sin ustedes, su amor, sus enseñanzas y su dedicación no estaría aquí ni sería quien soy en estos momentos, a ustedes les dedico esta tesis.

A mis hermanos

Por todo su apoyo en este tiempo, su amistad y hermandad en los tiempos prósperos y adversos, sin dejar de alentarme a seguir adelante y cumplir mis sueños.

A Saúl

Al enseñarme que esta vida es única, maravillosa y debemos de disfrutarla al máximo, sin pensar en lo que pasará mañana, amando siempre a nuestros seres queridos y a nosotros mismos. Gracias hermano.

A mis sobrinos

Porque ellos son la semilla del futuro y al verlos veo que puede haber un futuro mejor para toda la humanidad.

A mis amigos y compañeros

A ustedes por haber hecho de mi estancia en la facultad un segundo hogar, en el cual me sentí como en casa y con mi familia. Gracias por compartir conmigo todos aquellos momentos buenos y malos, pero sobre todo el compartir su vida conmigo y dejar que mi existencia en este mundo no termine el día de mi muerte, sino que continúe por mis experiencias contadas por ustedes a sus familiares y conocidos. ¡Mil gracias!

A la Facultad de Estudios Superiores Cuautitlán

Por ser mi segundo hogar y haberme preparado profesionalmente en este mundo cada vez más adverso y darme las armas necesarias para poder sobrevivir en él. Le estaré eternamente agradecido.

A mis profesores

Gracias por guiarme en todo este tiempo y darme parte de ustedes, dado a que el conocimiento que hoy me comparten yo lo compartiré con las siguientes generaciones y seré fiel testigo y prueba rotunda de todas sus experiencias y enseñanzas. En especial, al profesor **Francisco Arturo Herrera Barroso**, al profesor **José Luís Cuicas Valdez** y la profesora **Lidia Ortega del Consuelo**. Al profesor **Francisco Arturo** que a pesar de *no conocerme* me guió en este difícil camino hacia la meta y me ayudó a lograr uno de mis más grandes sueños. Al profesor **José Luís** por toda su amistad y generosidad que me mostró en este precioso periodo de mi vida y su incalculable ayuda para poder tener este trabajo en mis manos. Y a ti **Lidia** porque yo sé que desde la nube en la que te encuentres, me estás observando y estás feliz por este logro que hemos conseguido, pero no olvides que todo esto fue en gran parte *gracias a ti* al darme la oportunidad de ser tu *adjunto* y ser un *pilar fundamental* en la carrera de muchos

de mis compañeros, amigos y maestros y hacer que *yo no* haya sido un alumno más en esta escuela.
¡Mil gracias a todos ustedes!

A la vida

Por brindarme todos estos momentos dichosos y adversos en los que he aprendido todo lo que sé y que comparto con todos aquellos que me topo en mi camino. En especial, a todos aquellos que hicieron de una u otra manera posible la terminación de este trabajo de tesis, debido a que la vida los puso en mi camino para poder llevar a cabo este logro. Gracias.

ÍNDICE

Objetivos

Introducción

Capítulo 1. Generalidades del Comercio Exterior.

- 1.1. Historia del Comercio Internacional.
- 1.2. La Globalización.
- 1.3. Políticas de Comercio Exterior en México.
- 1.4. La Balanza de Pagos.
- 1.5. Productos mexicanos en el Mercado Internacional.

Capítulo 2. Marco Jurídico y Procedimientos Administrativos para la exportación.

- 2.1. Régimen Fiscal del Comercio Exterior en México.
- 2.2. Codificación de las mercancías a nivel internacional y los INCOTERMS.
- 2.3. Tratados Comerciales Internacionales firmados por México y las reglas de origen.
- 2.4. Regulaciones arancelarias y no arancelarias.
- 2.5. Instituciones y programas de apoyo para la exportación.
- 2.6. Trámites y documentos para efectuar la exportación en México.

Capítulo 3. Perfil de una empresa exportadora, a través del Análisis Financiero.

- 3.1. Plan de negocios para la exportación.
- 3.2. Análisis financiero.
- 3.3. Análisis FODAS.
- 3.4. Dimensión del Potencial Exportador en el Mercado Meta y su Competitividad.
- 3.5. La oferta exportable.

4. Capítulo 4. Caso práctico:” Elaboración de un Plan de Negocios para la exportación de Tequila “Oliver” a la Ciudad de París, Francia”.

- 4.1. Análisis estratégico de la empresa y determinación del producto a exportar.
 - 4.1.1. Organigrama.
 - 4.1.2. Misión.
 - 4.1.3. Visión.
 - 4.1.4. Objetivos.
 - 4.1.5. Análisis contable y financiero.

- 4.1.6. Análisis FODAS.
- 4.1.7. Proceso productivo.
- 4.1.8. Oferta exportable.
- 4.2. Competitividad en el mercado meta.
- 4.3. Fracción y regulación arancelaria.
- 4.4. Los INCOTERMS a utilizar y el precio de exportación.
- 4.5. Documentos y trámites aduanales.
- 4.6. Logística de exportación.
- 4.7. Formas de pago.

Conclusiones

Bibliografía

Páginas de Internet

Anexos

OBJETIVOS

General

Determinar la viabilidad del proyecto de exportación de Tequila a la ciudad de Paris, Francia, a fin de lograr el crecimiento de la empresa mexicana.

Particulares

1. Investigar cuáles son los trámites y requisitos necesarios para exportar Tequila.
2. Examinar las ventajas o desventajas que tiene la exportación en la generación de ingresos nacionales.
3. Examinar las posibilidades que existen para exportar con base a las condiciones financieras.
4. Crear un plan de negocios para la exportación de Tequila a la ciudad de Paris, Francia.

INTRODUCCIÓN

Desde la aparición de la agricultura y la domesticación de los animales, el hombre ya no ha sido el mismo. Al encontrarse la autosuficiencia de comida y tener un excedente en sus cosechas, el ser humano tuvo los elementos necesarios (tiempo y excedente de cosechas) para poder descubrir el comercio. Al tener contacto con otros seres humanos se podía dar cuenta que se encontraba en la posibilidad de intercambiar sus cosechas (arroz, maíz, frijol, trigo, etc.) por otras distintas a las suyas; y al tener el tiempo de sobra para despreocuparse en conseguir alimento, el hombre empezó a crear utensilios prácticos para su subsistencia y protección (armas, ropa, herramientas, etc.) que también empezó a intercambiar por otros utensilios distintos a los suyos, acto al que llamamos trueque.

Con lo mencionado anteriormente, se podría pensar que el comercio en la actualidad sería igual de sencillo o, por lo menos, fácil; sin embargo, no es así. Hoy en día, el comercio se rige por otras normas muy complejas que no tienen nada que ver, en algunos casos con el comercio en sí (políticas comerciales internacionales, “la moda”, la temporada de ciertas mercancías, etc.) que hacen al intercambio de bienes y servicios muy difícil. El surgimiento del Estado y el dinero hacen que el comercio entre los habitantes de una zona determinada en un país sea sencillo, pero entre naciones muy difícil, desventajosa y lenta.

En los últimos años el Comercio Internacional ha crecido enormemente, debido a la existencia de Tratados Comerciales Internacionales; es decir, que en la actualidad ya casi no existen barreras arancelarias que detengan el libre tránsito de mercancías extranjeras en un país determinado, aunque todavía existe-n “otras barreras” de cierto tipo (permisos aduanales, pedimentos oficiales, etc.). Este es el caso de México que tiene firmado un Tratado de Libre Comercio con la Unión Europea, lo cual nos permite llevar a cabo la exportación de Tequila a la ciudad de París, Francia; país que tiene gran interés en la cultura mexicana.

El presente trabajo tiene como objetivo guiar e informar a todos aquellos interesados en el tema del Comercio Exterior, ya sea público en general o, en específico, a los estudiantes de la Licenciatura en Contaduría, Licenciatura en Administración de Empresas, Ecónomos o aquellos dueños de pequeñas o medianas empresas que se interesen en aventurarse a la exportación de un producto o un servicio, o conocer a grandes rasgos de ella.

Mencionado lo anterior, este estudio fue diseñado y realizado como resultado de un arduo proceso de investigación documental estructurado para

la realización y desarrollo de un Proyecto de Exportación relativo al envío de Tequila a la ciudad de París, Francia. La información aquí presentada es veraz, confiable y actual, tomando en cuenta la existencia del Tratado de Libre Comercio que México tiene firmado con la Unión Europea de la que Francia es miembro.

Por lo tanto, la investigación tiene conocimientos del origen del comercio en México y el mundo, además de contar con aspectos más profundos del Tequila como producto exportable, pasando por su proceso de elaboración y su colocación en los mercados extranjeros, debido a que esta bebida ha logrado gran popularidad y aceptación en todo el mundo. Por lo que es indispensable tener bases sólidas que fundamenten este trabajo, como lo son la recopilación de datos estadísticos y bibliográficos sobre el producto, su exportación, las normas que rigen su comercio en el país determinado, y en base a esto elegir las estrategias más adecuadas para exportar.

Al ir desarrollando este trabajo, se explicará la Historia del Comercio Internacional y la manera en la que influye en el México Actual; así como el efecto de la Globalización. Se tomarán en cuenta los Marcos Normativos y Procedimientos a los cuales está sujeta la empresa y qué requisitos debe cumplir para poder exportar. Se describirán las bases que se deben tener para la elaboración de un Plan de Negocios, en el cual se podrán observar las herramientas financieras y el potencial para exportar. Por último, se desarrollará el caso práctico en donde se encuentra un Plan de Negocios para la exportación de Tequila a la ciudad de París, Francia.

En suma, la realización de este trabajo tiene como objetivo aportar la información necesaria para realizar la exportación de un producto mexicano hacia el mercado extranjero y las ventajas que este le da al país entero al crear nuevas empresas y poder equilibrar nuestra balanza de pagos; así como, servir como actualización de conocimientos en Comercio Exterior para el público en general y para los estudiantes o egresados de la carrera de Contaduría, Administración y Economía.

CAPÍTULO 1. GENERALIDADES DEL COMERCIO EXTERIOR

A través del tiempo, la humanidad ha tenido infinidad de necesidades que ha debido satisfacer en la mayoría de los casos para poder sobrevivir en cualquier punto geográfico donde se encuentre. Al principio el hombre tuvo que abastecerse por sí mismo de lo que el necesitaba, o sea, comida, refugio, vestido, armas, etc. Sin embargo, se dio cuenta que al vivir en comunidad su vida era más fácil porque al relacionarse con otros seres humanos y al dividirse las tareas cotidianas (cazar, pescar, recolectar frutos, entre otras) que él solo hacía entre otros miembros de la comunidad en la que vivía, no se llevaba mucho tiempo y, por lo tanto, tenía tiempo para hacer otras actividades o para simplemente descansar. Si a todo esto le sumamos el descubrimiento de la agricultura, la domesticación de los animales y la organización de miembros de la comunidad para la formación de un ejército, pues simple y sencillamente teníamos las bases para poder considerar a esta comunidad una nación con territorio, población, lenguaje y normas propias que ya satisfacían sus propias necesidades.

En cada parte del mundo el grupo de personas que vivía en comunidad descubrió que toda esta producción daba como resultado un excedente, en otras palabras, un sobrante de producción que, por lo general, se veía enfatizado en la agricultura. Esas antiguas comunidades tenían sobrantes de maíz, frijol, trigo, arroz, papa y otros que podían intercambiar con otras comunidades, ya fuese en el mismo contexto de granos y verduras, o tal vez, por armas, animales y herramientas. Al principio este intercambio se dio entre comunidades cercanas y tiempo después, con la invención del barco, se dio entre comunidades muy distantes, ya fuesen países o continentes lejanos, llevando infinidad de mercancías a lugares recónditos.

Con el descubrimiento de otras tierras, la aparición del dinero, la consolidación del Estado y la vigencia de leyes que regularan el comercio se tuvieron las bases suficientes para poder crear organismos que con el paso del tiempo pudieran regular el Comercio Exterior en todo el mundo. Todos estos acontecimientos generaron conflictos políticos, sociales, culturales y económicos que han hecho al comercio más abstruso y complejo.

En este capítulo se abordara la temática del Comercio Internacional y su desarrollo hasta la Globalización, fenómeno que ha cambiado a México en el aspecto económico. Además de mencionar algunas empresas mexicanas que han hecho frente a la Globalización.

1.1. HISTORIA DEL COMERCIO INTERNACIONAL

Se denomina comercio a la actividad socioeconómica consistente en la compra y venta de bienes, sea para su uso, para su venta o para su transformación. Es el cambio o transacción de algo a cambio de otra cosa de igual valor (de común acuerdo entre ambas partes). Sin embargo, la definición jurídica de comercio hace referencia a lo que la ley considera Actos de Comercio (según el artículo 75 del Código de Comercio). Por actividades comerciales o industriales entendemos tanto intercambio de bienes o de servicios que se efectúan a través de un mercader o comerciante. El comerciante es la persona (física o moral) que se dedica al comercio en forma habitual, como las sociedades mercantiles.

Los orígenes del comercio se remontan a finales del Neolítico, cuando se descubrió la agricultura. Al principio, la agricultura que se practicaba era una agricultura de subsistencia, donde las cosechas obtenidas eran las justas para la población dedicada a los asuntos agrícolas. Sin embargo, a medida que iban incorporándose nuevos desarrollos tecnológicos, los agricultores empezaban a utilizar la fuerza animal y hacer uso de diferentes herramientas, por lo que las cosechas obtenidas eran cada vez mayores. Así llegó el momento propicio para el nacimiento del comercio, favorecido por dos factores:

- Las cosechas obtenidas eran mayores a lo necesario para la subsistencia de la comunidad.
- Ya no era necesario que toda la comunidad se dedicara a la agricultura, por lo tanto, parte de la población empezó a especializarse en otros asuntos, como la alfarería o la siderurgia.

Por lo tanto, los excedentes de las cosechas empezaron a intercambiarse por otros objetos de otras comunidades que estaban especializadas en la fabricación de dicho utensilio. Normalmente estos objetos eran elementos para la defensa de la comunidad, depósitos para poder transportar o almacenar los excedentes alimenticios, nuevos utensilios agrícolas, o incluso, más adelante objetos de lujo.

Este comercio primitivo, no sólo supuso un intercambio local de bienes y alimentos, sino también un intercambio global de innovaciones científicas y tecnológicas, el trabajo en hierro, el trabajo en bronce, la rueda, el torno, la navegación, la escritura y nuevas formas de urbanismo.

Además del intercambio de objetos, el comercio también propició un paulatino cambio de las sociedades. Por fin, la riqueza podía almacenarse e intercambiarse.

Empezaron a aparecer las primeras sociedades, tal como las conocemos hoy en día, además de la primera división de clases sociales. En un inicio las clases sociales eran simplemente la gente del poblado y la familia del dirigente. Más adelante aparecieron otras clases sociales más sofisticadas como los guerreros, los artesanos, los comerciantes, los esclavos, etc.

El trueque era la manera por la cual las antiguas civilizaciones empezaban a intercambiar mercancías por otras de igual valor “desde su punto de vista”. El principal inconveniente de este tipo de comercio es que las dos partes involucradas en la transacción comercial tenían que coincidir en la necesidad de las mercancías ofertadas por la otra parte. Para solucionar este problema surgieron una serie de intermediarios que almacenaban las mercancías involucradas en las transacciones comerciales. Estos intermediarios muy a menudo añadían un riesgo demasiado elevado en estas transacciones, y por ello este tipo de comercio fue dejado de lado rápidamente cuando apareció la moneda.

Introducción de la moneda



Denario romano de plata

La moneda, o dinero es un medio acordado en una comunidad para el intercambio de mercancías y bienes. El dinero, no sólo tiene que servir para el intercambio, sino que también es una unidad de cuenta y una herramienta para almacenar valor. Históricamente, ha habido muchos tipos diferentes de dinero, desde vacas, dientes de ballena, cacao, o determinados tipos de conchas marinas. Sin embargo, el más extendido, sin duda, a lo largo de la historia es el oro.

El uso del dinero en las transacciones comerciales supuso un gran avance en la economía. Civilizaciones más adelantadas, como los romanos, extendieron este concepto y empezaron a acuñar monedas.

Las monedas eran objetos especialmente diseñados para este asunto. Aunque estas primitivas monedas, al contrario de las monedas modernas, tenían el valor de la moneda explícito en ella; es decir, que las monedas estaban hechas de metales como oro o plata y la cantidad de metal que tenían era el valor nominal de la moneda.

El único inconveniente que tenía el dinero era que al ser un acuerdo dentro de una comunidad, podía perder su valor al encontrarse fuera de ella. Por ejemplo, si el elemento de intercambio de una comunidad eran dientes de ballena, aquellos dientes no tenían ningún valor fuera de la comunidad. Por ello un poco más adelante surgió el concepto de divisa. La divisa es un elemento de intercambio aceptado en una zona mucho más amplia que la propia comunidad. La divisa más habitual era el oro puro, aunque a lo largo de la historia también han aparecido otros, como la sal o la pimienta. Las divisas facilitaron el comercio intercontinental en gran medida.

Las rutas comerciales y el surgimiento de la banca

A lo largo de la Edad Media, empezaron a surgir algunas nuevas rutas comerciales transcontinentales que intentaban suplir la alta demanda europea de bienes y mercancías, sobre todo de lujo. Entre las rutas más famosas destaca la Ruta de la Seda, pero también había otras, igual de importantes, como las rutas de importación de pimienta, de sal o de tintes.

El comercio a través de estas rutas era un comercio directo. La mayor parte de las mercancías cambiaban de propietario cada pocas decenas de kilómetros, hasta llegar a las ricas cortes europeas. A pesar de eso, estas primeras rutas comerciales empezaron a regularizar la importación. Incluso hubo momentos que se prohibió el uso de la seda para la vestimenta en el sexo masculino, con el fin de rebajar el consumo de este caro producto.



Antiguos burgueses

Hacia finales de la Edad Media y principios del Renacimiento surgió en Europa un nuevo concepto comercial: la Banca. Una banca o banco era un establecimiento monetario con una serie de servicios que facilitaban mucho el comercio. Los pioneros en esta área fueron cambistas que actuaban en ferias anuales y básicamente se dedicaban a realizar cambios de moneda cobrando una comisión. Estos cambistas fueron creciendo, hasta el punto que

aparecieron las grandes familias de banqueros europeas como los Médicis, los Fugger y los Welser.

Otro de los servicios ofertados por los bancos era el transporte de dinero. Se podía ingresar dinero en un establecimiento y después ir a otro establecimiento del mismo banco y retirarlos, incluso entre países diferentes. Este servicio en particular propició mucho el comercio internacional en ferias, donde los comerciantes podían volver a sus países de origen sin que su dinero corriera el peligro de ser robado por salteadores de caminos.

Más adelante aparecieron otros servicios bancarios que también ayudaron mucho a desarrollar el comercio, como el papel moneda y la letra de cambio.

La era de los descubrimientos

Alrededor del año 1400, la disrupción del Imperio Mongol y el crecimiento del Imperio Otomano provocaron que todas las rutas de comercio europeas con el Este quedaran bloqueadas. La búsqueda de nuevas rutas, el surgimiento del capitalismo mercante y el deseo de explorar el potencial de una economía global, impulsó en Europa la era de los descubrimientos.

Así pues, Europa se volcó en la búsqueda de nuevas rutas hacia la India con el fin de restablecer la importación de especias. Pero finalmente, fueron Portugal y España los dos países que obtuvieron el monopolio de estas rutas, gracias al trabajo de exploradores como Cristóbal Colón, Vasco da Gama y Fernando de Magallanes.

El descubrimiento de América por los europeos supuso otro paso en el comercio europeo. El nuevo flujo de oro que obtenían los españoles de manera "casi-gratuita" en América del Sur, saneó y consolidó las redes comerciales y de capital europeas. La banca europea creció de una manera exponencial y empezaron a surgir los grandes bancos europeos, como el Banco de Ámsterdam, el Banco de Suecia o el Banco de Inglaterra.

El dominio español y portugués de las nuevas rutas establecidas, forzó a otras potencias europeas, como Inglaterra y Holanda, a buscar rutas alternativas. Estos países se dedicaron a explorar sistemáticamente los océanos Índico y Pacífico. Estas expediciones comerciales fueron el comienzo del Imperio Británico.

El mercantilismo

El mercantilismo es aquella teoría económica que dice que la riqueza de un país está basada únicamente en los suministros de oro y plata. De aquí se deriva que se tienen que potenciar las exportaciones mientras que se tienen que gravar fuertemente con aranceles las importaciones. Esta teoría pesó intensamente en los estados europeos en los siglos XVII y XVIII, y es uno de los principales motivos que propiciaron el colonialismo. Los países tenían que ser lo más independientes posibles con el fin de no importar muchos recursos de otros países. Por este motivo, los países europeos crearon una densa red de colonias que suministraban a las metrópolis de todos aquellos bienes necesarios.

La idea de que la riqueza mundial era fija y que el único medio para conseguir más riqueza era absorbiendo otro país, motivó las grandes guerras europeas de los siglos XVII y XVIII, por ejemplo, todas las guerras Anglo-Holandesas.

Gracias a las teorías económicas Adam Smith y la teoría económica liberal, se fue dejando de lado el mercantilismo. De esta manera, se empezaron a concebir ideas como que las dos partes de una transacción comercial pueden salir beneficiadas, ya que los bienes intercambiados son más valiosos para los nuevos propietarios, o que el oro es simplemente un mineral amarillo y que es valioso porque hay poco.

Comercio trasatlántico

Antes del siglo XIX las travesías trasatlánticas entre América y Europa se hacían en barcos de vela, lo cual era lento y a menudo peligroso. Con los barcos de vapor, las travesías se convirtieron más rápidas y seguras. Entonces empezaron a surgir grandes compañías oceánicas con travesías muy frecuentes. Pronto, el hecho de construir el mayor trasatlántico, rápido o lujoso, se convirtió en un símbolo nacional.

Desde el siglo XVII en adelante, casi todas las travesías trasatlánticas eran con destino a Norteamérica, el puerto de llegada era el de Nueva York. Pronto el comercio trasatlántico convirtió a Nueva York en el primer puerto de Norteamérica, y como consecuencia, atrajo la mayor parte de las futuras

mercancías trasatlánticas y todo el tráfico de pasajeros. Nueva York se convirtió en la capital comercial de los Estados Unidos (E U) y una de las ciudades más importantes del mundo. Además, la mayor parte de los inmigrantes que iban de Europa a E U, llegaban a Nueva York, por lo que esta ciudad también era el destino de todos los famosos y ricos viajeros en cruceros de lujo, así como de los pobres inmigrantes, que viajaban en las partes inferiores de estos barcos. Por lo tanto, aunque las travesías trasatlánticas podían realizarse entre cualquier parte de Europa y América, siempre se asumía que el destino era Nueva York, a menos que no se indicara lo contrario.

Antes de la revolución del transporte del siglo XX, las mercancías de consumo tenían que ser manufacturadas cerca del lugar de destino. Era económicamente inviable transportar mercancías desde un lugar distante. Junto con la Revolución Industrial se llevaron a cabo una serie de innovaciones en el transporte que revitalizaron al comercio. Ahora las mercancías podían ser manufacturadas en cualquier lugar y ser transportadas de una manera muy barata a todos los puntos de consumo.

Una de las primeras aportaciones de la revolución del transporte fue el ferrocarril. Gran Bretaña fue la pionera en este ámbito, y a consecuencia de eso, en la actualidad tiene la red de ferrocarriles más densa del mundo. En España la primera línea de ferrocarril se construyó en 1840 entre las poblaciones de Barcelona y Mataró.

Finalmente, la aparición del automóvil y la construcción sistemática de carreteras, provocó que las mercancías se pudieran transportar justo al punto exacto de su consumo, es lo que se conoce como distribución capilar de mercancías.

Clasificación del Comercio

Comercio Mayorista: Se entiende por comercio mayorista (conocido también como "comercio al por mayor" o "comercio al mayoreo") la actividad de compra-venta de mercancías cuyo comprador no es consumidor final de la mercancía. La compra con el objetivo de vendérsela a otro comerciante o a una empresa manufacturera que la emplee como materia prima para su transformación en otra mercancía o producto.

Comercio Minorista o al Menudeo: Se entiende por comercio minorista (conocido también como "comercio al por menor" o al menudeo) la actividad de

compra-venta de mercancías cuyo comprador es el consumidor final de la mercancía, es decir, quien usa o consume la mercancía.

Comercio Interior: Es el que se realiza entre personas que se hallan presentes en el mismo país, sujetos a la misma jurisdicción.

Comercio Exterior: Es el que se efectúa entre personas de un país con el resto del mundo.

Comercio Terrestre y Comercio Marítimo: Ambos hacen referencia al modo de transportar la mercancía y cada una es propia de una rama del derecho mercantil, que llevan el mismo nombre.

Comercio por cuenta propia y Comercio por comisión: Éste último es el que se realiza a cuenta de otro.

1.2. LA GLOBALIZACIÓN

Globalización es un término moderno especialmente usado para describir los cambios en la sociedad, economía y política que resultan en un incremento sustancial del comercio internacional y el intercambio cultural. El término fue utilizado por primera vez en 1985, por Theodore Levitt en "*The Globalization of Markets*" para describir las transformaciones que venía sufriendo la economía internacional desde mediados de la década de los 60. Toni Comín define este proceso como "un proceso fundamentalmente económico que consiste en la creciente integración de las distintas economías nacionales en un único mercado capitalista mundial".

La globalización es el proceso por el cual toda la creciente comunicación e interdependencia entre los distintos países del mundo unifica mercados, sociedades y culturas, a través de una serie de transformaciones sociales, económicas y políticas que les dan un carácter global. Así, los modos de producción y de movimientos de capital se configuran a escala planetaria, mientras los gobiernos van perdiendo atribuciones ante lo que se ha denominado la "sociedad en red". En éste marco se registra un gran incremento del comercio internacional y las inversiones, debido a la caída de las barreras arancelarias y la interdependencia de las naciones.

La siguiente definición describe a la perfección a la globalización:

"La globalización del mundo expresa un nuevo ciclo de expansión del capitalismo como forma de producción y proceso civilizador de alcance mundial. Un proceso de amplias proporciones, que abarca naciones y nacionalidades, regímenes políticos y proyectos nacionales, grupos de clases

sociales, economías y sociedades, culturas y civilizaciones. Señala la emergencia de la sociedad global, como una totalidad incluyente, compleja y contradictoria. Una realidad poco conocida aún, que desafía prácticas e ideas, situaciones consolidadas e interpretaciones sedimentadas, formas de pensamiento y vuelos de la imaginación". (1)

En los ámbitos económicos empresariales, el término se utiliza para referirse casi exclusivamente a los efectos mundiales del Comercio Internacional y los flujos de capital, y particularmente a los efectos de la liberalización y desregulación del comercio y las inversiones, lo que a su vez suele denominarse como "Libre Comercio" (en inglés: *free trade*).

Etimológicamente, ciertos autores consideran más adecuado en español el término mundialización, galicismo derivado de la palabra francesa *mondialisation*, en lugar de globalización, anglicismo procedente del inglés *globalization*, puesto que en español "global" no equivale a "mundial", como sí ocurre en inglés.

Sin embargo, el Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española registra la entrada "globalización", entendida como la "tendencia de los mercados y de las empresas a extenderse, alcanzando una dimensión mundial que sobrepasa las fronteras nacionales" (DRAE 2006, 23a. Edición), mientras que la entrada "mundialización" no está en el Diccionario.

La globalización se produce a partir de la confluencia de una compleja serie de procesos sociales, políticos, económicos y culturales. Los principales son:

- a) El desarrollo tecnológico, especialmente de las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC), entre las que se destaca el **INTERNET**.
- b) La aparición y desarrollo masivo de la computadora personal (PC) en el trabajo y el hogar.
- c) Las *transformaciones de la empresa* después de la Segunda Guerra Mundial, bajo el impacto del toyotismo, reemplazando a la empresa fordista.

(1) Zorrilla Arena Santiago, Diccionario de Economía, Ed. Océano, México 1996, Pág. 75.

- d) La emergencia de la llamada Sociedad de la Información como superadora de la Sociedad Industrial.

e) Las Empresas Multinacionales (EMN) y su influencia creciente en la economía mundial.

f) La caída del muro de Berlín en 1989 y sobre todo el colapso de la Unión Soviética en 1991, que terminó con el mundo bipolar de la Guerra Fría, abrió nuevos horizontes para los países de Europa del Este que ahora se están integrando en la Unión Europea (UE) y creó un nuevo escenario favorable a la expansión del mercado internacional.

g) Las limitaciones y posteriores crisis del Estado de Bienestar que comienzan a manifestarse a finales de la década de los 60, y que tiene su más clara expresión histórica en los gobiernos de Reagan (1981-1989) en EEUU y Thatcher (1979-1990) en Gran Bretaña.

La integración de los mercados de capital

En este escenario los factores económicos encuentran un terreno favorable para su expansión y la posibilidad de generar nuevas interrelaciones entre los mercados de todo el mundo (consumidores, trabajo, recursos naturales, inversiones financieras, etc.). Por sus características, las Empresas Multinacionales se encuentran en óptima situación para aprovechar el nuevo escenario.

Todo lo anterior, sentó las bases para establecer una óptima relación comercial, la misma que fue modificándose para beneficiar tanto a China como a India, donde la sabiduría política supo conducir los negocios para aprovechar la tecnología que les llegaba. Actualmente estos dos países no sólo ofrecen mano de obra barata, sino que adicionalmente ofrecen personal altamente capacitado en ciencias, ingeniería y tecnología que ofrecen consultorías y servicios del más alto nivel a grandes corporaciones internacionales.

Por otro lado, tenemos las crisis internas de los países ricos, sus altos costos de producción que confluyen con la apertura de los países del este, China e India que modifican sus posiciones políticas respecto al mercado de capitales y su inclusión como miembros de la Organización Mundial de Comercio (OMC).

La globalización en sí misma es un proceso continuo y dinámico, que desafía las leyes de los países en desarrollo, debido a que deja al descubierto irregularidades respecto a leyes de protección a trabajadores, protección del medio ambiente y formas de establecer negocios con corporaciones que si bien

pueden dar trabajo a la mano de obra desocupada, también pueden beneficiarse de irregularidades subsistentes en un determinado país.

Es también un desafío a los planes de crecimiento de los países en vías de desarrollo, pues al requerir mano de obra calificada, desnuda igualmente las carencias del estado de la educación de la población joven potencial a ser empleado en el futuro.

Por otra parte, la intercomunicación física y virtual, han ayudado en este proceso de globalización con un porcentaje muy importante. La interconexión física se basa en los medios de transporte. Por ejemplo, hace varios siglos, los viajes demoraban meses en barco, hoy solamente toma unas horas, un viaje en avión. La interconexión virtual se basa exclusivamente en la tecnología. Un medio ya "común" de información ha sido el **INTERNET**. El Internet es una red mundial que permite la conexión de varias personas a ella a través de una PC o computadora a otra computadora sin importar la distancia o latitud.

1.3. POLÍTICAS DE COMERCIO EXTERIOR EN MÉXICO

Las Políticas de Comercio Exterior son el grupo de acciones en materia de importaciones y exportaciones de mercancías y servicios que realiza un Estado con el fin de favorecer e impulsar el desarrollo socio-económico de su país, estas políticas son determinadas por el gobierno a cargo de la administración pública.

Al estar involucrado nuestro país en el libre comercio, es necesario estudiar las Políticas de Comercio de nuestro país desde sus inicios, las cuales tienen características muy especiales, mismas que fueron generándose a lo largo de los siglos, para poder comprender nuestra actualidad nos remontaremos a la época colonial para analizar las diversas políticas adoptadas por nuestro país hasta llegar a la actualidad globalizada.

Antecedentes

Durante la época colonial y el siglo XIX, México fue un país dedicado a la agricultura, la mayor parte de sus ingresos por ventas extranjeras provenían de

la explotación minera, especialmente, de la plata. De este mineral, México ha ocupado el primer lugar mundial en producción desde hace más de dos siglos.

El proceso de industrialización en México durante la Colonia y el primer siglo de vida independiente fue sumamente lento. Entre los siglos XVI y XVIII, las leyes coloniales impedían el desarrollo de las manufacturas en la Nueva España como en el resto del Imperio Español. Éstas debían importarse de la metrópoli, que a su vez las adquirían, en mayor parte, de las naciones industrializadas del norte de Europa. Todo el siglo XIX hubo intentos por dotar de una planta industrial al país. Los gobiernos intentaron atraer empresarios extranjeros, sin mucho éxito. Por el año 1830, Lucas Alamán estableció el Banco del Avío, destinado al fomento industrial. Sin embargo, todas estas tentativas rindieron escasos frutos.

A finales del siglo XIX, en el Porfiriato, la industria textil era la más desarrollada. Se había establecido en el valle de Puebla, en la región de Orizaba y el valle de México. El gobierno de Porfirio Díaz dio grandes privilegios al capital extranjero con la intención de atraer inversión directa en la construcción de infraestructura de comunicaciones y transportes, y en el crecimiento de la planta industrial. Sin embargo, los beneficios eran para unos pocos extranjeros, mientras la mayoría de los mexicanos vivían en condiciones de miseria y explotación.

En ese período de más de treinta años, entre 1876 y 1910, la red ferroviaria creció asombrosamente, alcanzando los 20.000 km. de vías. Por otra parte, se construyó la primera hidroeléctrica de la nación (en Necaxa, Puebla) y se dio inicio a la explotación de los yacimientos petrolíferos, que colocaron a México en el primer lugar mundial de exportación de petróleo por el año 1910. Cabe mencionar que los ricos campos petroleros de Faja de Oro y Cerro Azul, localizados en el norte de Veracruz, fueron brutalmente agotados por la Standard Oil Company, Royal Dutch Shell y sus subsidiarias mexicanas, con un magro beneficio para el pueblo mexicano.

Tras el triunfo de la Revolución, dio inicio en México un segundo período de expansión industrial, favorecido, entre otras cosas, por la nacionalización del petróleo y la Segunda Guerra Mundial. En las décadas que siguieron, la economía mexicana tenía un carácter mixto; es decir, la inversión provenía tanto de la iniciativa privada como del Estado. Los sectores estratégicos fueron convertidos en industrias paraestatales, tal fue el caso de la explotación minera, la siderurgia, la producción de

electricidad, la infraestructura carretera. Con la intención de favorecer la transferencia tecnológica, el gobierno permitió que muchas firmas internacionales establecieran filiales en el país, aunque siempre asociadas al capital nacional. La agricultura, por otro lado, era fuertemente subsidiada por el Estado, que se convirtió en el principal intermediario de los productos

agropecuarios. Durante el período comprendido entre 1940 y 1970, la economía de México creció a un ritmo de 6,27% anual, este periodo es mejor conocido como el “Milagro Mexicano”.

Proteccionismo Comercial (1940-1970)

Para comenzar a entender la era proteccionista en México, situémonos en el siguiente escenario, el sexenio del General Ávila Camacho (1940-1946) donde se da inicio al denominado “Modelo de Desarrollo Estabilizador”; este esquema tuvo sus inicios durante la etapa de mayor conflicto, en la Segunda Guerra Mundial, por lo que inversionistas europeos y estadounidenses se sintieron atraídos por nuestro país, debido a la estabilidad política, a la riqueza de nuestros recursos naturales y a la mano de obra “regalada”.

Los aspectos más importantes durante este periodo son la sustitución de importaciones, misma que se vio completada con una serie de políticas proteccionistas como “aranceles altos”, cuotas y permisos previos de importación al mismo tiempo que se presentó un crecimiento sostenido en la producción agropecuaria. Durante este periodo se alcanzó un nivel de desarrollo industrial que permitió la producción de bienes de consumo inmediato y duradero, el éxito de esta política se tradujo en un saludable crecimiento de la economía y del empleo y se logró mantener en niveles sumamente moderados del déficit de la balanza comercial. Todo esto sostenido en un sistema financiero mundial basado en el patrón oro-dólar y en un sistema de paridades fijas del mundo.

La Caída del Proteccionismo Comercial o Modelo de Desarrollo Compartido (1971-1982)

Durante el gobierno de Luis Echeverría (1970-1976) se empieza a tomar una mayor participación en las actividades económicas, comerciales y financieras de México. Para 1971 Richard Nixon rechaza la convertibilidad oro por dólar y por lo que el oro se devalúa. México se aferra a la paridad fija y automáticamente se devalúa el peso, al término del sexenio pierde su valor en un 60%.

En este periodo se presenta la debacle del proteccionismo que coincide con el fin del “Milagro Mexicano” y que se vio marcado por el cada vez menor crecimiento económico y que aunado a la mala decisión de sostener dicha política aun y cuando el escenario internacional estaba caminando, continúa la política proteccionista y aumenta la participación del Estado en las paraestatales, se subsidia a la producción y el consumo, lo que dio como

resultado una elevada inflación, crisis económicas y fuertes devaluaciones del peso frente al dólar, para lo cual, se tuvo la necesidad de atraer capitales extranjeros a manera de deuda externa para poder aliviar el déficit de nuestra balanza comercial. Sin embargo, el mal uso de los recursos obtenidos del petróleo hundió más al país.

La administración del presidente López Portillo (1976-1982) comienza con un país endeudado, pero con un incremento considerable de los precios del petróleo (hasta 34 dólares por barril) lo que da sustento al Estado a invertir en complejos petroquímicos y a mantener programas populistas. La corrupción, la poca productividad de las paraestatales, el desvío de recursos públicos, sumado al bajo precio del crudo y el aumento de las tasas de interés internacional, provocan la segunda macro-devaluación de la moneda mexicana.

Modelo Neoliberal Globalizador (1982-2006)

Después de la crisis de 1982 se entendió que la protección a la industria nacional ya no era el camino a seguir y en el sexenio de Miguel de la Madrid (1982-1988), México comenzó la apertura de la economía con la llamada "racionalización de la protección" a través de reformas, privatizaciones y trabajos para promover y garantizar el libre comercio donde el primer paso fue la sustitución de los permisos para importar por aranceles y el fomento a las exportaciones no petroleras.

Esta política fue adoptada durante la época de mayor auge en el Comercio Internacional y consistió básicamente en la eliminación de las barreras arancelarias y la apertura a los Mercados Internacionales en aras de "mejorar nuestra maltrecha economía"; es decir, dicho cambio tenía como finalidad incrementar la generación de empleos, aumentar la tasa de crecimiento e impulsar el cambio estructural, tan necesario.

En 1986 se gestionó para que el país ingresara al GATT(2) "Acuerdo General sobre Aranceles de Aduana y Comercio" (General Agreement on Tariffs and Trade) y que actualmente funciona como Organización Mundial del Comercio (OMC). Con esto

el país se integraba al sistema regulado del comercio mundial y, así, los empresarios mexicanos iniciaban una etapa de competencia internacional que se vio dificultada por las carencias de la economía nacional, la nueva crisis económica en 1987 a raíz del famoso "martes negro" o "crack" de la Bolsa de Valores de Nueva York.

Con Carlos Salinas de Gortari (1988-1994) en el poder se lleva a cabo la apertura económica del país, la política nacional da un viraje de 180 grados. Se reforma la Ley de Inversión Extranjera, se privatizan importantes empresas paraestatales como telecomunicaciones, transportes, alimentos, banca, minería entre otras que de sobra habían probado su ineficiencia y poca competitividad internacional.

El gobierno de Salinas era ambicioso y buscaba ubicar a México en el mercado más importante del orbe y convence a EUA para firmar un Tratado de Libre Comercio junto con Canadá (TLCAN), además se incursiona en una economía de mercado, la cual ha llevado a nuestro país a firmar 12 tratados comerciales con casi 33 países.

Durante el gobierno de Ernesto Zedillo (1994-2000) toma la estafeta de la reforma estructural y continúa con la línea económica de sus antecesores. El arranque de su sexenio se vio mermado con el error de diciembre de 1994, en una de las crisis económicas más agudas, el camino se mantenía con rumbo al modelo de libre comercio.

Las privatizaciones (sistemas de pensiones, ferrocarriles, aeropuertos), la apertura (telefónica y de la banca) y los acuerdos de libre comercio prosiguieron. En este último rubro se pretendió reducir la dependencia de México con la economía estadounidense ampliando los lazos comerciales del país con otras regiones del mundo, colocando a México como el campeón mundial del libre comercio.

El proceso de cambio estructural de la economía mexicana ha sido exitoso en medida en que se ha logrado consolidar como una economía exportadora manufacturera; ha logrado generar un polo de crecimiento esencialmente articulado con la economía mundial, aún y cuando este se encuentra muy concentrado en su

(2) El GATT entró en vigor en enero de 1948, y se fueron adhiriendo paulatinamente más países. En 1988, 96 países que acaparaban la mayor parte del Comercio Internacional, pertenecían al GATT, mientras que otros tenían acuerdos particulares incluyendo adhesiones de facto al Tratado. Los miembros del GATT han llevado a cabo, desde 1947, ocho conferencias arancelarias, denominadas 'rondas'. La séptima ronda, conocida como Ronda Tokyo, finalizó en 1979. La octava conferencia arancelaria, denominada Ronda Uruguay, se inició a finales de 1986 y se clausuró en 1994, con un acuerdo que incluía la sustitución del GATT por la Organización Mundial del Comercio (OMC), a partir del 1 de enero de 1995. <http://www.gestiopolis.com>

relación con la estadounidense; y ha logrado una entrada importante en el mercado internacional de capitales como espacio de inversión en el nivel globalizado.

“La incursión mexicana en el mundo globalizado es importante, equivale a firmar un pacto de primer mundo, con reglas iguales para todos, pero con una desventaja parcial de nuestro país por la situación en la que se encuentra actualmente frente a estas naciones. En cambio con los países centroamericanos nosotros representamos la potencia y apenas están más o menos niveladas las fuerzas con Chile, Colombia y Venezuela aunque con un poco de ventaja para nosotros”. (3)

La era tecnócrata no ha estado exenta de sobresaltos. Tras el relevo presidencial de 1994, México se vio sumergido en una nueva crisis, derivada de lo que el ex-presidente Salinas de Gortari llamó *el error de diciembre*. La economía no se recuperó sino hasta tres años después. A partir de ahí, el crecimiento ha promediado 3.85% anual, y el incremento medio en el sexenio de Vicente Fox. La economía mexicana en 2006 creció por encima del 4.5%, la cifra más alta en los seis años de mandato del ex presidente Vicente Fox, logrado gracias a la estabilidad económica, los altos precios del petróleo y el dinamismo de las exportaciones y de la demanda interna.

Aunque en lo político, el Gobierno de Fox, que acabó su mandato el 30 de noviembre de 2006, cerró sus seis años de gestión en medio de una crisis, los resultados macroeconómicos se fortalecieron, con bajas tasas de interés y de inflación, que se situó entre el 3.5% y 4% de promedio.

Un factor favorable para México fue la denominada “Bonanza Petrolera”, por los altos precios del crudo, que llegaron hasta los 70 dólares por barril y que, según los expertos, se mantendrán en torno a los 53 dólares por barril. La empresa estatal PEMEX prevé para este año ingresos totales por unos 100 mil millones de dólares, por sus ventas en los mercados interior y exterior, lo que beneficiará al fisco en unos 70 mil millones de dólares. Asimismo, la entrada de remesas provenientes de los mexicanos en el exterior en 2006 superó los 20 mil millones de dólares, cifra superior a la del año pasado y que supera la inversión extranjera directa y los ingresos por turismo.

(3) Flores Paredes Joaquín, El Contexto del Comercio Exterior de México; Retos y Oportunidades en el mercado global Op. Cit. Pág. 78.

Los analistas calculan que el crecimiento del PIB alcanzó en 2006 el 4.54%, dato que supera los incrementos alcanzados durante todo el presente periodo de gobierno. La creación de empleos también registró en 2006 resultados positivos, con cerca de 900 mil puestos de trabajo nuevos, cifra que aunque no cubre la demanda actual, es superior a la de los años anteriores, cuando apenas se creaban medio millón de puestos de trabajo.

En la actualidad, de las 44.4 millones de personas que integran la Población Económicamente Activa, unos 18 millones tienen un empleo precario o trabajan en la economía informal. La cifra de desempleados se sitúa en casi 2 millones de personas.

La macroeconomía mexicana tiene fortalezas y debilidades, y en 2006 logró mantenerse a flote, gracias a ingresos extraordinarios procedentes del petróleo y de las remesas. Sin embargo, los analistas apuntan que la debilidad de estas bases puede generar mayores conflictos, en particular por las enormes desigualdades que existen en las distintas regiones y entre los grupos sociales.

Indicadores de la economía mexicana

De acuerdo con el Banco Mundial, México tiene el ingreso per cápita más alto de Latinoamérica y se ha consolidado como un país de ingreso medio-alto. Sin embargo, la distribución de la riqueza del país no es equitativa y la división entre ricos y pobres es enorme. Aún así el país tuvo una increíble recuperación de la última crisis financiera desatada en 1994-1995.

México es la decimotercera economía del mundo [de países por PIB (nominal)] (siendo el segundo mayor de América Latina, sólo superado por Brasil) y el décimo mayor exportador del mundo, pese a esto, el país sigue siendo considerado subdesarrollado, aunque recientemente se le ha nombrado como "Economía Emergente" como se les denomina a las economías cuyo crecimiento ha sido sostenido en los últimos años.

La actividad económica del país depende en gran medida de su comercio con los Estados Unidos de América, los cuales consumen más del 85% de las exportaciones mexicanas y dan trabajo a casi el 10% de su población. El envío de remesas por parte de los inmigrantes mexicanos constituye la segunda fuente de ingresos más importante de nuestro país después del petróleo.

Desde mediados de la década de los ochenta el país se ha inclinado por un modelo económico neoliberal con un fuerte énfasis en la apertura comercial hacia

otros mercados, lo cual ha convertido al país en el líder mundial en acuerdos de libre comercio habiendo firmado convenios de este tipo con 40 países en diferentes Tratados de Libre Comercio. Su asociación comercial principal es el Tratado de Libre Comercio de América del Norte (**TLCAN** o NAFTA, por sus siglas en inglés), integrado por Estados Unidos, Canadá y México. Nuestro país, también cuenta con un Tratado de Libre Comercio con la Unión Europea, con el bloque denominado EFTA (Luxemburgo, Suiza, Liechtenstein y Noruega) y recientemente se selló un compromiso similar con Japón.

Nuestra situación no resulta fácil dentro del esquema globalizado, pero lo que es un hecho es que requerimos unir fuerzas para lograr mayor competitividad y destacar en el mercado internacional, tal y como, nos lo han mostrado algunas empresas mexicanas que además de consolidarse como grandes empresas contribuyen a que nuestra Balanza Comercial sea menos desfavorable, gracias a sus exportaciones.

1.4. BALANZA DE PAGOS

Cuando se requiere averiguar la situación financiera de una empresa para saber si tiene utilidades o pérdidas, si tiene los recursos para enfrentar sus obligaciones, nos dirigimos a sus estados financieros. Para conocer la realidad económica, financiera y monetaria de un país tenemos que recurrir a su Balanza de Pagos, de la cual se obtiene información necesaria para poder hacer un diagnóstico sobre el comportamiento económico del país que se estudia.

La Balanza de Pagos la define el profesor Arturo Ortiz Wadgyamar como “el registro sistemático de las transacciones comerciales realizadas entre los residentes de un país frente al resto del mundo en un período determinado, normalmente, de un año”. (4)

Aquí quedan de manifiesto las transacciones públicas y privadas del comercio de bienes y servicios, los movimientos de capital y las transacciones de activos. La contabilidad de la Balanza de Pagos nos permitirá observar las variaciones del nivel de endeudamiento exterior de un país, así como la evolución de las exportaciones e importaciones de sus sectores industriales. Así pues, la Balanza de Pagos es aquel documento, dentro de la Contabilidad Nacional, en el cual se registran tanto las entradas y salidas de divisas de un país generadas por sus actividades económicas.

(4)Ortiz Wadygmar Arturo, Introducción al Comercio Exterior de México, Ed. Nuestro Tiempo, México 1997, Pág. 48.

Cualquier transacción que se traduzca en un pago al exterior será anotado en la Balanza de Pagos como un débito (-) y en contraparte cualquier transacción que se traduzca en un ingreso procedente del exterior será un crédito (+). Al final los débitos y los créditos resultarán semejantes por medio de la cuenta de Errores y Omisiones que se estudiara más adelante. El análisis más importante dependerá de cuál de las cuentas se obtuvo un déficit o un superávit.

De acuerdo al resultado arrojado por la Balanza de Pagos se dice que esta puede guardar tres estados:

1. Puede ser Superavitaria si los ingresos resultan mayores que los egresos.
2. Deficitaria si los ingresos son menores a los egresos

3. En Equilibrio cuando los ingresos son iguales a los egresos.

El resultado arrojado por la Balanza de Pagos repercutirá directamente en el incremento o disminución de las reservas monetarias de un país, así mismo, el saldo positivo o negativo de la misma representa ingresos o egresos que incrementan o disminuyen el Producto Interno Bruto (PIB) de un país.

La Balanza de Pagos cuenta con cuatro rubros básicos:

1. Cuenta corriente: La Balanza de Cuenta Corriente contempla básicamente la Balanza Comercial que consiste en la importación y la exportación de mercancías y servicios; éstos últimos aparecen desglosados en servicios factoriales y no factoriales. Los servicios no factoriales son aquellos como el turismo y el transporte, los servicios factoriales se refieren básicamente al pago de intereses de la deuda y las remesas correspondientes a las utilidades de empresas extranjeras y en último rubro las transferencias, tales como, las remesas de dinero que son enviadas por mexicanos en el extranjero, en pocas palabras es el saldo obtenido de la diferencia entre el ahorro y la inversión obtenida en un período determinado.

2. Cuenta de capital: La Balanza de Cuenta de Capitales contempla el dinero proveniente de créditos del extranjero y la inversión extranjera tanto directa como indirecta. Además, en ella se asientan todos los ingresos y egresos de divisas (medios de pago, por lo regular, dólares) del país, los principales motivos por los que se generan estos movimientos de capital son:

*Préstamos del extranjero a México y viceversa (deuda externa).

*Pago o amortizaciones de tales préstamos (pagos a principal).

*Inversión Extranjera Directa (productiva) en México e inversión mexicana directa del extranjero.

*Inversión Extranjera de cartera (especulativa) en México e inversión mexicana de cartera en el extranjero.

Por la aplicación de principios de la partida doble, el saldo del conjunto de estas transacciones financieras es igual, en valores absolutos, pero con signo contrario, al saldo de la cuenta corriente.

La cuenta de capital muestra los cambios por incrementos de los activos del país en el exterior y de los activos extranjeros en el país, diferentes de los activos de la reserva nacional. En contra parte, las reducciones en los activos del país en el exterior y los aumentos de los activos extranjeros en el país representan ingresos de capital o créditos (+) porque conducen al ingreso de pagos provenientes de extranjeros.

3. Errores y omisiones: La partida de errores y omisiones nos permite realizar los registros de aquellas operaciones que no son susceptibles de contabilizar y tiene como finalidad el servir como partida compensatoria, evitando con ello que la Balanza quede contablemente “desequilibrada”, por esta misma razón se determina al final.

México cuadra su balance con los renglones de errores y omisiones donde encontraremos los faltantes no registrados, que incluyen las operaciones fuera de las aduanas (contrabando y narcotráfico) y la fuga de capitales. Por último, las reservas internacionales netas que son un medio de pago o intereses de divisas, como son los derechos especiales de giro (DEG) y posesión de reservas en el FMI, además de la tenencia de moneda extranjera, oro y plata que resguarda el Banco de México en sus bóvedas, a esto debemos adicionar el ajuste por la variación anual de éstas reservas. Cuando se incrementa la reserva internacional existe lo que se llama un superávit (+), contraparte cuando disminuye tenemos un déficit (-).

4. Variación de reservas: Las variaciones de reserva son el resultado final de las operaciones reflejadas en la Balanza y que tomará parte de las reservas internacionales del país y está formada básicamente de oro, plata, DEGIS(derechos de giro) y principales divisas tales como Dólar, Yen, Euro, etc., que tienen la finalidad de garantizar liquidez en el Mercado Internacional.

Nuestro país tiene graves desventajas con respecto a nuestros socios comerciales como son la inflación y la dependencia de la tecnología lo que lleva a importar más de lo que se exporta. Este fenómeno ha llevado a México a través de varios años a mantener un déficit en su cuenta corriente, lo cual se refleja en su poca competitividad dentro de la Comunidad Internacional, por lo tanto, ha sostenido un endeudamiento externo y ha buscado atraer a la inversión extranjera para equilibrar la cuenta corriente con el saldo de la cuenta de capital. En este sentido, la Balanza de Pagos en México se encuentra “en desequilibrio cuando el saldo neto de la cuenta corriente no se contrarresta plenamente con un saldo opuesto en la cuenta de capital a largo plazo (endeudamiento y/o inversión extranjera a cinco años o más).

Balanza comercial de México con el mundo

Valores en miles de dólares

Año	Exportaciones	Importaciones	Comercio Total	Balanza Comercial
1990	38,399,085	39,203,202	77,602,287	-804,117
1991	41,219,032	50,322,025	91,541,057	-9,102,993
1992	46,195,648	64,060,114	110,255,762	-17,864,466
1993	51,832,035	65,366,516	117,198,551	-13,534,481
1994	60,817,164	79,345,882	140,163,046	-18,528,718
1995	79,540,600	72,453,059	151,993,659	7,087,541
1996	96,003,767	89,468,769	185,472,536	6,534,998
1997	110,236,835	109,808,186	220,045,021	428,649
1998	117,459,559	125,373,064	242,832,623	-7,913,505
1999	136,391,124	141,974,766	278,365,890	-5,583,642
2000	166,454,860	174,457,808	340,912,668	-8,002,948
2001	158,442,863	168,396,407	326,839,270	-9,953,544
2002	160,762,673	168,678,902	329,441,575	-7,916,229
2003	165,355,234	170,958,198	336,313,432	-5,602,964

2004	189,200,434	197,303,229	386,503,663	-8,102,795
2005	213,994,708	221,414,377	435,409,085	-7,419,669
2005	136,689,202	140,455,413	277,144,615	-3,766,211
2006	165,496,340	165,963,611	331,459,951	-467,271

Fuente: Secretaría de Economía con datos de Banco de México por años desde 1990 a 2006.

Al analizar nuestra Balanza de Pagos se destacan algunos aspectos importantes, tales como:

*Nuestra balanza comercial es una balanza tradicionalmente deficitaria; es decir, importamos más de lo que exportamos, esta problemática se encuentra generada básicamente por la incapacidad de exportar las materias primas, por lo que se ha traducido en un indiscriminado incremento de importación de bienes de consumo intermedio.

*Es destacable mencionar la cantidad tan elevada de ingresos que se obtienen debido a las transferencias que realizan nuestros paisanos en el exterior.

*No obstante que el resultado en cuanto a nuestra balanza refleja un incremento en las Reservas Internacionales se debe destacar que es un incremento falso, ya que se origina en gran medida por los préstamos conseguidos en el exterior.

Si México crece comprará más bienes del exterior, pero no necesariamente venderá más, por lo que lo más probable es que el déficit aumente. Para tratar de obtener dólares y nivelar la Balanza de Pagos se busca fomentar a la empresa mexicana y la inversión extranjera en nuestro país y una forma es elevar la tasa de CETES para hacerlo atractivo a los extranjeros y captar su dinero hacia México aprovechando la estabilidad política que muestra nuestro país.

Sin embargo, el proteccionismo y el cierre del mercado mexicano; así como fiebre de endeudamiento de la década de 1970 que concluyó con la crisis de la deuda de los años ochenta, dieron fin al período de crecimiento de la economía mexicana. En 1983, el país estaba en la bancarrota, y era incapaz de pagar sus deudas internacionales. Algo similar estaba ocurriendo en el resto de América Latina. Para salir del trance, el gobierno cambió sus políticas y dio inicio el período que en México se conoce como el de los "tecnócratas", que continúa hasta la fecha. Este período ha estado marcado por la austeridad en el gasto social, el impulso que se ha dado a la privatización de las grandes empresas paraestatales (de las que a la fecha sólo se conservan dos: PEMEX y la Comisión Federal de Electricidad), y un crecimiento económico dependiente de las exportaciones de manufacturas (básicamente, hacia Estados Unidos).

1.5. PRODUCTOS MEXICANOS EN EL MERCADO INTERNACIONAL

En el México Prehispánico el único comercio que conocían los antiguos habitantes del país era el trueque que no daba más complicaciones que el tener que ponerse de acuerdo entre las dos partes (el que ofrece y el que demanda). Sin embargo, con la llegada de los españoles al continente americano la facilidad del comercio se vio altamente modificada, debido a que no tan solo se tenía que efectuar el comercio dentro de la Nueva España, sino que se tenía que realizar con las demás colonias que poseía España y con la propia Corona Española. En esta situación, México comenzó su incursión en el Comercio Exterior.

Al conseguir México su independencia se vio en la tarea de conseguir nuevos mercados para la exportación de sus productos, y al consolidarse los Estados Unidos y su hegemonía en el continente americano, México se dio cuenta de que los Estados Unidos eran su destino comercial principal. La exportación de materias primas al vecino país abrió una dependencia económica peligrosa para nuestro país porque al encontrarse los Estados Unidos en condiciones deplorables las consecuencias para México son enormemente negativas.

Actualmente, México se encarga de exportar materias primas, siendo el petróleo uno de los más solicitados en el mundo; además de exportar minerales, vegetales, café, entre otros. México exporta productos manufacturados, tales como, el Tequila, dulces, ropa, pan, etc., que son de capital netamente mexicano (CEMEX, BIMBO, Sabritas, Cervecería Modelo-Moctezuma, etc.). Todas estas empresas han conseguido su supremacía y prestigio gracias a la correcta elaboración de sus productos y la excelente aceptación de sus clientes en el mercado nacional e internacional.

CAPÍTULO 2. MARCO JURÍDICO Y PROCEDIMIENTOS ADMINISTRATIVOS PARA LA EXPORTACIÓN

En este capítulo veremos cómo el Estado va de la mano con el Comercio Exterior al decretar leyes que regulan la exportación e importación de mercancías y cómo debemos de estar al tanto de estos conocimientos legales, si es que queremos o estamos interesados en exportar. Se hará un desglose, a grandes rasgos, de cada uno de los procedimientos legales que se tienen que llevar a cabo para poder tener toda la documentación fiscal, aduanera, sanitaria y legal para que se pueda realizar la salida de mercancía de nuestro país. Se verán los lineamientos y códigos internacionales que debe tener cualquier empresa, si es que quiere ser aceptada en cualquier parte del mundo. Tendremos conocimientos de los **INCOTERMS** y su gran ayuda en el deslinde de responsabilidades que se efectúan en el momento de compra-venta por las dos partes, además de especificar la forma de pago. Mencionaremos los Tratados Comerciales Internacionales que nuestro país tiene firmados. Se hará un recuento de las instituciones y programas que apoyan a la exportación en México.

2.1. RÉGIMEN FISCAL DEL COMERCIO EXTERIOR EN MÉXICO

Cualquier empresa que quiera realizar actividades de exportación deberá conocer todos los procedimientos fiscales establecidos por la ley, que a su vez van a regular y vigilar toda actividad exportadora que se realice. Si se desean conocer todas las normas que tienen relación con el Comercio Exterior, debemos analizar primero las leyes dependiendo a su jerarquía y a su relevancia.

En México se encuentran un buen número de leyes que regulan al Comercio Exterior; sin embargo, aquí se mencionarán las más relevantes y principales de ellas. Es importante destacar que el tráfico de mercancías es controlado por medio de las aduanas de los países, tomando en cuenta que, en nuestro país, una aduana es el recinto fiscal, por el cual, la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (**SHCP**) se encarga de administrar la entrada y salida de productos al país. Las autoridades aduaneras son las personas encargadas de ejercer las funciones relativas a dicha administración y, de igual manera son designados por la SHCP.

Si se quiere comenzar a estudiar el régimen fiscal, por el cual están reguladas las actividades del Comercio Exterior en México, en este caso, el Artículo 131 trata el asunto del Comercio Exterior que al pie de la letra dice lo siguiente:

“El ejecutivo podrá ser facultado por el Congreso de la Unión para aumentar, disminuir o suprimir las cuotas de las tarifas de exportación e importación, expedidas por el

propio Congreso, y para crear otras, así como restringir y prohibir las importaciones, las exportaciones y el tránsito de productos, artículos y efectos, cuando lo estime urgente, a fin de regular el Comercio Exterior, la economía del país, la estabilidad de la producción nacional, o de realizar cualquier otro propósito en beneficio del país. El propio Ejecutivo, al enviar al Congreso el presupuesto fiscal de cada año, someterá a su aprobación el uso que hubiese hecho de la facultad concedida”. (1)

Habiendo comprendido lo anterior podemos analizar las demás leyes que de este artículo emanan.

Ley aduanera y su reglamento

Esta ley fue publicada en el Diario Oficial de la Federación el 18 de junio de 1982, entrando en vigor el 1 de julio del mismo año. Sin embargo, a partir de esa fecha, ha tenido cambios, en 1986 al ingresar México al GATT y en 1994, debido al Tratado de Libre Comercio con América del Norte (TLCAN). Siendo renovada en abril de 1996. A pesar de eso, esta ley ha sostenido como principal fundamento todos los procedimientos que deben tener las personas físicas o empresas que lleven a cabo importaciones o exportaciones en México.

Según el artículo 25 (de la misma ley) se señalan los requisitos que deben sustentar tanto importadores como exportadores en México. Por otro lado, hace alusión a impuestos, programas aduanales de apoyo al comercio, etcétera.

Ley de Comercio Exterior

Como ya se ha analizado, nuestra Constitución otorga al Ejecutivo Federal, a través del artículo 131, la facultad de regular el Comercio Exterior en México, dicha facultad se encuentra reglamentada por la Ley de Comercio Exterior. Esta Ley y su reglamento se publicaron en el Diario Oficial de la Federación el 27 de julio y el 30 de diciembre de 1993, respectivamente, teniendo como principales temas:

*Promover y regular el Comercio Exterior.

*Incrementar la competitividad de la economía nacional.

*Propiciar el uso eficiente de los recursos productivos del país para incorporarlo al Comercio Internacional.

(1)Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, Ed. Porrúa, 129ª Edición. México 1999, pág. 141.

Por otra parte, se aborda en esta Ley el combate a las prácticas desleales en el Comercio Internacional que se pueden generalizar en el dumping.

La Ley de Comercio Exterior también se ocupa de:

*Restringir o regular de forma no arancelaria el abasto de productos destinados al consumo básico de la población.

*Abastecer de materias primas a los productores nacionales.

*Controlar la explotación de los recursos naturales no renovables del país.

*Asegurar la conservación y preservación de la fauna y flora en peligro de extinción.

*Conservar los bienes de valor histórico, artístico o arquitectónico.

Ley del Impuesto General de Importación y Exportación

Estas leyes son tarifas que tienen como objetivo clasificar a las mercancías y determinar el impuesto que deben pagar con relación al Comercio Exterior. En estas tarifas podemos vislumbrar dos partes esenciales: la nomenclatura y la especificación del impuesto. Su clasificación consiste en asignar un código de seis números basados en el **Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías**, del mismo modo en que se opera en todo el mundo, con ayuda de fracciones que pueden servir a las necesidades de cada país, está en marcha desde 1988. Más adelante hablaremos de este sistema.

Ley de Impuesto al Valor Agregado (IVA)

El IVA es un impuesto indirecto sobre el consumo. Un impuesto indirecto es el que no es percibido por la SHCP directamente de la persona que soporta la carga del tributo. Se aplica en las transferencias a título oneroso de bienes y prestaciones de servicios, y quien soporta el impuesto (la carga fiscal) son los usuarios finales o consumidores. Cada actor en la cadena del añadido de valor paga a su antecesor en la cadena el IVA correspondiente al precio facturado por este, y a su vez percibe de su sucesor en la cadena el monto correspondiente al impuesto asociado al precio que facturó. Cada actor (excepto el consumidor final) es responsable ante la autoridad tributaria por liquidar y pagar la diferencia entre el IVA pagado (crédito fiscal) y el IVA cobrado (débito fiscal).

Demás leyes relacionadas

Otras leyes que pueden verse incluidas en el proceso de exportación o importación pueden ser (dependiendo al producto y su situación):

- a) La Ley Federal sobre la Metrología y Normalización, que se refiere a las normas establecidas en la Norma Oficial Mexicana (NOM) que deben cumplir todos aquellos productos importados o producidos en nuestro país.
- b) La Ley General de Salud.
- c) La Ley Federal de Sanidad Vegetal.
- d) La Ley Federal de Sanidad Animal.
- e) La Ley del ISR.
- f) La Ley del IEPS:
- g) La Ley General del Equilibrio y la Protección al Ambiente.

2.2. CODIFICACIÓN DE LAS MERCANCÍAS A NIVEL INTERNACIONAL Y LOS INCOTERMS

Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías.

El Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías, es una nomenclatura polivalente de seis dígitos, para bienes transportables que satisface simultáneamente, las necesidades de las autoridades aduaneras, así como los requerimientos relativos a todas las estadísticas de importación – exportación.

Es utilizada para el tratamiento y la transmisión de datos, con una terminología y un código común para identificar las categorías de los productos, bienes y/o mercancías transportables, incluso aquellas que no fuesen objeto de intercambios internacionales.

La nomenclatura presenta más de 5.000 grupos de mercancías identificadas mediante un código de seis cifras y contiene las definiciones y reglas necesarias para su uniforme aplicación e identificación al momento de darles una clasificación clara.

Como nomenclatura estructurada para la clasificación utilizada por el Arancel de Aduanas, el Sistema Armonizado también constituye una estructura legal y lógica con un total de más de 1.300 partidas agrupadas en 97 Capítulos Arancelarios, a su vez articulados en 21 *Secciones*.

Por ejemplo, en la clasificación arancelaria del tequila, producto que planeamos exportar, se encuentra en la sección IV que tiene el nombre de “Productos de las Industrias Alimenticias; Bebidas, Líquidos Alcohólicos y Vinagre; Tabaco y Sucedáneos del tabaco elaborados”, por lo tanto, su fracción arancelaria es la siguiente:

Capítulo: 22: Bebidas, Líquidos Alcohólicos y Vinagre.

Partida: 22.08: Alcohol etílico sin desnaturalizar y con grado alcohólico volumetrico a 80 volumen, aguardientes, licores, demás bebidas espirituosas; preparaciones alcohólicas compuestas del tipo de las utilizadas para la elaboración de bebidas.

Sub-partida: 22.08.90: Los demás. División de la sub-partida 22.08.90.01 o .03. De acuerdo a las bebidas alcohólicas de más de 14° sin exceder 23° centesimales a la temperatura de 15° centígrados, en vasija de barro, loza o vidrio.

En resumen, encontramos que la fracción arancelaria para nuestro producto es 22.08.90.01 o .03 (según la cantidad de contenido).

Los INCOTERMS

Los INCOTERMS son un conjunto de reglas internacionales, regidas por la Cámara de Comercio Internacional, que determinan el alcance de las cláusulas comerciales incluidas en el contrato de compra-venta de negocios internacionales que necesitan una regulación estándar a nivel mundial para evitar malentendidos.

Los INCOTERMS también se denominan cláusulas de precio, pues cada término permite determinar los elementos que lo componen. La selección del INCOTERM influye sobre el costo del producto que se piensa ofertar en la compra-venta.

El propósito de los INCOTERMS es el de proveer un grupo armonizado y detallado de reglas internacionales para la interpretación de los términos más usados en el Comercio Internacional que busca una unificación de criterios.

Los INCOTERMS determinan:

- El alcance del precio.
- En qué momento y dónde se produce la transferencia de riesgos sobre la mercancía del vendedor hacia el comprador.
- El lugar de entrega de la mercancía.
- Quién contrata y paga el transporte.
- Quién contrata y paga el seguro.
- Qué documentos tramita cada parte y su costo.

A continuación se presentan los principales INCOTERMS:

-CFR (Cost and Freight) - Costo y Flete (Puerto de Destino Convenido)

Para el vendedor los alcances son los mismos que la cotización, con la única diferencia de que la empresa debe encargarse de contratar la bodega del barco y pagar el flete hasta el destino que tendrá la mercancía que se encuentra en cuestión.

El riesgo de pérdida o daño de las mercancías, así como cualquier costo adicional debido a eventos ocurridos después del momento de la entrega, transmitiéndose del vendedor al comprador para evitar posibles problemas futuros.

El término **CFR** exige al vendedor despachar las mercancías previas para la exportación.

Este término puede ser utilizado sólo para el transporte por mar o por vías navegables.

Obligaciones del Vendedor.

- Entregar la mercancía y documentos necesarios.
- Empaque y embalaje.
- Flete (de fábrica al lugar de exportación).
- Aduana (documentos, permisos, requisitos, impuestos).
- Gastos de exportación (maniobras, almacenaje, agentes aduanales).
- Flete (del lugar de exportación al lugar de importación).

Obligaciones del Comprador.

- Pago de la mercancía.
- Gastos de importación (maniobras, almacenaje, agentes).
- Aduana (documentos, permisos, requisitos, impuestos).
- Flete y seguro (del lugar de importación a planta).

- Demoras.

-CIF (Cost, Insurance and Freight) - Costo, Seguro y Flete (Puerto de Destino Convenido)

Significa que el vendedor entrega la mercancía cuando ésta sobrepasa la borda del buque en el puerto de embarque convenido para su transportación.

El vendedor debe pagar los costos y fletes necesarios para conducir la mercancía al puerto de destino convenido sin ninguna dificultad para el comprador.

En condiciones **CIF** el vendedor debe también contratar un seguro y pagar la prima correspondiente, a fin de cubrir los riesgos de pérdida o daño que pueda sufrir la mercancía durante el transporte a su destino final.

El comprador ha de observar que el vendedor está obligado a conseguir una prima de seguro sólo con cobertura mínima. Si el comprador desea mayor cobertura necesitará acordarlo expresamente con el vendedor o bien concertar su propio seguro adicional para deslindar cualquier responsabilidad futura.

El término **CIF** exige al vendedor despachar las mercancías para la exportación.

Este término puede ser utilizado sólo para el transporte por mar.

Obligaciones del Vendedor.

- Entregar la mercancía y documentos necesarios.
- Empaque y embalaje.
- Flete (de fábrica al lugar de exportación).
- Aduana (documentos, permisos, requisitos, impuestos).
- Gastos de exportación (maniobras, almacenaje, agentes aduanales).
- Flete y seguro (del lugar de exportación al lugar de importación).

Obligaciones del Comprador.

- Pago de la mercancía.
- Gastos de importación (maniobras, almacenaje, agentes).
- Aduana (documentos, permisos, requisitos, impuestos).
- Flete y seguro (del lugar de importación a planta).

- Demoras.

-CIP (Carriage and Insurance Paid to) - Transporte y Seguro Pagado (hasta Lugar de Destino Convenido)

El vendedor entrega las mercancías al transportista designado por él, además, debe pagar los costos del transporte necesarios para llevar las mercancías al destino que es convenido. El vendedor también debe conseguir un seguro contra el riesgo, que soporta el comprador, de pérdida o daño de las mercancías.

El comprador asume todos los riesgos y con cualquier otro costo ocurrido después de que las mercancías hayan sido así entregadas.

El **CIP** exige que el vendedor despache las mercancías para la exportación.

Este término puede emplearse con independencia del modo de transporte.

Obligaciones del Vendedor.

- Entregar la mercancía y los documentos necesarios.
- Empaque y embalaje.
- Flete (de fábrica al lugar de exportación).
- Aduana (documentos, permisos, requisitos, impuestos).
- Gastos de exportación (maniobras, almacenaje, agentes aduanales).
- Flete y seguro (del lugar de exportación al lugar de importación).
- Gastos de importación (maniobras, almacenaje, agentes aduanales) "parciales".

Obligaciones del Comprador.

- Pago de la mercancía.
- Aduana (documentos, permisos, requisitos, impuestos).
- Flete y Seguro (lugar de importación a planta).
- Gastos de importación (maniobras, almacenaje, agentes aduanales) "Parcial".
- Demoras.

-CPT (Carriage Paid To) - Transporte Pagado (hasta Lugar de Destino Convenido)

El vendedor entrega las mercancías al transportista designado por él, pero, además, debe pagar el costo del transporte necesario para llevar las mercancías.

El comprador asume todos los riesgos y cualquier otro costo ocurrido después de que las mercancías hayan sido entregadas por el vendedor en el lugar acordado.

El **CPT** exige que el vendedor despache las mercancías para la exportación.

Este término puede emplearse con independencia del modo de transporte.

Obligaciones del Vendedor.

- Entregar la mercancía y los documentos necesarios.
- Empaque y embalaje.
- Flete (de fábrica al lugar de exportación).
- Aduana (documentos, permisos, requisitos, impuestos).
- Gastos de exportación (maniobras, almacenaje, agentes aduanales).
- Flete (del lugar de exportación al lugar de importación).
- Gastos de importación (maniobras, almacenaje, agentes "parciales").

Obligaciones del Comprador.

- Pago de la mercancía.
- Aduana (documentos, permisos, requisitos, impuestos).
- Flete y Seguro (del lugar de importación a planta).
- Gastos de importación (maniobras, almacenaje, agentes "parciales").
- Demoras.

-DAF (Delivered At Frontier) - Entregadas en Frontera (Lugar Convenido)

Significa que el vendedor ha cumplido su obligación cuando ha puesto la mercancía despachada en la aduana para la exportación en el punto y lugar convenidos de la frontera de su país sin ningún problema al comprador, pero antes de la aduana.

Este término puede emplearse con independencia del modo de transporte cuando las mercancías se deban entregar en una frontera terrestre próxima al comprador.

Obligaciones del Vendedor.

- Entregar la mercancía y documentos necesarios.
- Empaque y embalaje.
- Flete (de fábrica al lugar de exportación).
- Aduana (documentos, permisos, requisitos, impuestos).
- Gastos de exportación (maniobras, almacenaje, agentes aduanales).
- Flete (del lugar de exportación al lugar de importación) (parcial).
- Seguro (parcial).

Obligaciones del Comprador.

- Pago de la mercancía.
- Flete (del lugar de exportación al lugar de importación) “parciales”.
- Seguro (parcial).
- Gastos de importación (maniobras, almacenaje, agentes aduanales).
- Aduana (documentos, permisos, requisitos, impuestos).
- Flete y seguro (del lugar de importación a planta).
- Demoras.

-DDP (Delivered Duty Paid) - Entregadas Derechos Pagados (Lugar de Destino Convenido)

Significa que el vendedor entrega las mercancías al comprador, despachadas para la importación, y no descargadas en los medios de transporte utilizados en el lugar de destino acordado por acuerdo de ambas partes.

El vendedor debe asumir todos los costos y riesgos ocasionados al llevar las mercancías hasta aquel lugar, incluyendo los trámites aduaneros, y el pago de los trámites, derechos de aduanas, impuestos y otras cargas para la importación al país destino.

Obligaciones del vendedor.

- Entregar la mercancía y documentos necesarios.
- Empaque y embalaje.
- Transporte (de fábrica al lugar de exportación).
- Aduana (documentos, permisos, requisitos, impuestos).
- Gastos de exportación (maniobras, almacenaje, agentes aduanales).
- Flete (del lugar de exportación al lugar de importación).
- Seguro.
- Gastos de importación (maniobras, almacenaje, agentes aduanales).
- Aduana (documentos, permisos, requisitos, impuestos).
- Acarreo y seguro (del lugar de importación a planta).
- Demoras.

Obligación del comprador.

- Pagar la mercancía.
- DDU (Delivered Duty Unpaid) - Entregadas Derechos No Pagados (Lugar de Destino Convenido)**

Significa que el vendedor ha cumplido su obligación de entregar cuando ha puesto la mercancía a disposición del comprador en el lugar convenido del país de importación y el vendedor ha de asumir todos los gastos y riesgos relacionados con llevar la mercancía, hasta aquel lugar (excluidos derechos, impuestos y otros cargos oficiales exigibles a la importación). Así como los gastos y las formalidades aduaneras.

Obligaciones del Vendedor.

- Entregar la mercancía y documentos necesarios.
- Empaque y embalaje.
- Flete (de fábrica al lugar de exportación).
- Aduana (documentos, permisos, requisitos, impuestos).
- Gastos de exportación (maniobras, almacenaje, agentes aduanales).
- Flete y seguro (del lugar de exportación al lugar de importación).

Obligaciones del Comprador.

- Pago de la mercancía.
- Gastos de importación (maniobras, almacenaje, agentes aduanales).
- Aduana (documentos, permisos, requisitos, impuestos).
- Flete y seguro (del lugar de importación a la planta).
- Demoras.

-DEQ (Delivered Ex-Quay) - Entregadas en Muelle (Puerto de Destino Convenido)

Significa que el vendedor entrega cuando se ponen las mercancías a disposición del comprador, sin despachar para la importación, en el muelle (desembarcadero) en el puerto de destino acordado. El vendedor debe asumir los costos y riesgos ocasionados al conducir las mercancías al puerto de destino acordado y al descargar las mercancías en el muelle (desembarcadero). El término **DEQ** exige que el comprador despache las mercancías para la importación y que pague todos los trámites, derechos, impuestos y demás cargas de la importación en curso.

Obligaciones del Vendedor.

- Entregar la mercancía y documentos necesarios.
- Empaque y embalaje.
- Flete (de fábrica al lugar de exportación).
- Aduana (documentos, permisos, requisitos, impuestos).

- Gastos de exportación (maniobras, almacenaje, agentes aduanales).
- Flete y seguro (del lugar de exportación al lugar de importación).
- Aduana (documentos, permisos, requisitos, impuestos).

Obligaciones del Comprador.

- Pago de la mercancía.
- Flete y seguro (del lugar de importación a la planta).
- Gastos de importación (maniobras, almacenaje, agentes aduanales).
- Demoras.

Este término puede usarse únicamente para el transporte por mar o por vías de navegación interior.

-DES (Delivered Ex Ship) - Entregadas Sobre Buque (Puerto de Destino Convenido)

Significa que el vendedor entrega cuando se ponen las mercancías a disposición del comprador a bordo del buque, no despachadas para la importación, en el puerto de destino.

Obligaciones del Vendedor.

- Entregar la mercancía y documentos necesarios.
- Empaque y embalaje.
- Flete (de fábrica al lugar de exportación).
- Aduana (documentos, permisos, requisitos, impuestos).
- Gastos de exportación (maniobras, almacenaje, agentes aduanales).
- Flete y seguro (del lugar de exportación al lugar de importación).

Obligaciones del Comprador.

- Pago de la mercancía.
- Gastos de importación (maniobras, almacenaje, agentes aduanales).
- Aduana (documentos, permisos, requisitos, impuestos).
- Acarreo y seguro (del lugar de importación a la planta).
- Demoras.

-EXW (Ex-Works) - En Fábrica (Lugar Convenido)

Significa que el vendedor entrega cuando pone la mercancía a disposición del comprador en el establecimiento del vendedor o en otro lugar convenido por ambos, a beneficio del vendedor.

Obligaciones del Vendedor.

- Entrega de la mercancía y documentos necesarios.
- Empaque y embalaje.

Obligaciones del Comprador.

- Pago de la mercancía.
- Flete interno (de fábrica al lugar de exportación).
- Aduana (documentos, permisos, requisitos, impuestos).
- Gastos de exportación (maniobras, almacenaje, agentes aduanales).
- Flete internacional (del lugar de exportación al lugar de importación).
- Seguro.
- Gastos de importación (maniobras, almacenaje, agentes aduanales).
- Transporte y seguro (del lugar de importación a la planta).

-FAS (Free Along Ship) - Libre al Costado del Buque (Puerto de Carga Convenido)

Significa que la responsabilidad del vendedor finaliza una vez que la mercancía es colocada al costado del buque en el puerto de embarque convenido. Esto quiere decir que el comprador ha de asumir todos los costos y riesgos de pérdida o daño de mercancías.

El término **FAS** exige al vendedor despachar las mercancías para la exportación.

Obligaciones del Vendedor.

- Mercancía y documentos necesarios.
- Empaque y embalaje.
- Flete (de fábrica al lugar de exportación).
- Aduana (documentos, permisos, requisitos, impuestos).
- Gastos de exportación (maniobras, almacenaje, agentes aduanales).

Obligaciones del Comprador.

- Pagos de la mercancía.
- Flete y seguro (del lugar de exportación al lugar de importación).
- Gastos de importación (maniobras, almacenaje, agentes aduanales).
- Aduana (documentos, permisos, requisitos, impuestos).
- Seguro y flete (del lugar de importación a planta).
- Demoras.

-FCA (Free Carrier) - Libre Transportista (Lugar Convenido)

Significa que el vendedor entrega la mercancía para la exportación al transportista propuesto por el comprador estando de común acuerdo con él, en lugar acordado.

El lugar de entrega elegido influye en las obligaciones de carga y descarga de las partes. Si la entrega tiene lugar en los locales del vendedor éste es responsable de la carga. Si la entrega ocurre en cualquier otro lugar, el vendedor no es responsable de la descarga.

Este término puede emplearse en cualquier medio de transporte utilizado en la transferencia.

Obligaciones del vendedor.

- Entrega de la mercancía y documentos necesarios.
- Empaque y embalaje.
- Flete (de fábrica al lugar de exportación).
- Aduana (documentos, permisos, requisitos, impuestos).
- Gastos de exportación (maniobras, almacenaje, agentes aduanales).

Obligaciones del comprador.

- Pagos de la mercancía.
- Flete (del lugar de exportación al lugar de importación).
- Seguro.
- Gastos de importación (maniobras, almacenaje, agentes aduanales).
- Aduana (documentos, permisos, requisitos, impuestos).
- Flete y seguro (del lugar de importación a planta).
- Demoras.

-FOB (Free On Board) - Libre a Bordo (Puerto de Carga Convenido)

La responsabilidad del vendedor termina cuando las mercancías sobrepasan la borda del buque en el puerto de embarque convenido, siendo así el comprador el responsable.

El comprador debe soportar todos los costos y riesgos de la pérdida y el daño de mercancías.

El término **FOB** exige al vendedor, en todo momento, despachar las mercancías exportadas.

Este término puede ser utilizado sólo para el transporte por mar o

canotaje.

Obligaciones del vendedor.

- Entregar la mercancía y documentos necesarios.
- Empaque y embalaje.
- Flete (de fábrica al lugar de exportación).
- Aduana (documentos, permisos, requisitos, impuestos).
- Gastos de exportación (maniobras, almacenaje, agentes aduanales).

Obligaciones del Comprador.

- Pago de la mercancía.
- Flete y seguro (del lugar de exportación al lugar de importación).
- Gastos de importación (maniobras, almacenaje, agentes aduanales).
- Aduana (documentos, permisos, requisitos, impuestos).
- Flete (del lugar de importación a la planta).
- Demoras.

2.3. TRATADOS COMERCIALES INTERNACIONALES FIRMADOS POR MÉXICO Y LAS REGLAS DE ORIGEN

Se entiende por Tratado un acuerdo en el cual dos o más partes comparten derechos y obligaciones recíprocamente, por libre voluntad de las partes. Por Tratado de Libre Comercio se entiende el acuerdo que dos o más partes (países) firman, comprometiéndose a dejar libre de restricciones arancelarias y no arancelarias sus intercambios comerciales, ya sea gradualmente o en un determinado lapso de tiempo.

Actualmente, podemos darnos cuenta de que todo el mundo se rige por la globalización, siendo los Estados Unidos la hegemonía económica, política y militar que forma un triángulo con la Unión Europea y Japón. Por otra parte, se encuentran los países cuyas economías van adquiriendo importancia con el pasar del tiempo, por ejemplo, Singapur, Corea del Sur, Taiwán y Malasia; debido a su nueva industrialización. Aunque México, Brasil, China, Sudáfrica y la India adquieren preponderancia, dado a la inversión extranjera y nuevos modelos económicos que van adquiriendo. Por último, las empresas transnacionales se entrelazan y unen a la economía mundial como consecuencia de las enormes inversiones que hacen en otros países.

México tiene trece Tratados de Libre Comercio firmados con más de 30 países, de los cuales tres son de alta importancia para nuestro país, por ser países de alto poder adquisitivo, estos son:

- a) Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN). Firmado por los Estados Unidos y Canadá.

b) Tratado de Libre Comercio Con la Unión Europea (TLCUE).

c) Tratado de Libre Comercio con Japón (TLCJ).

Tratados de Libre Comercio suscritos por México

Publicado en el D.O.F.	Tratado
-	-
20 de diciembre de 1993	Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN)
9 de enero de 1995	Tratado de Libre Comercio entre los Estados Unidos Mexicanos, la República de Colombia y la República de Venezuela (TLC G3)
10 de enero de 1995	Tratado de Libre Comercio entre los Estados Unidos Mexicanos y la República de Costa Rica
11 de enero de 1995	Tratado de Libre Comercio entre los Estados Unidos Mexicanos y la República de Bolivia
1 de julio de 1998	Tratado de Libre Comercio entre el Gobierno de los Estados Unidos Mexicanos y el Gobierno de la República de Nicaragua
28 de julio de 1999	Tratado de Libre Comercio entre la República de Chile y los Estados Unidos Mexicanos
26 de junio de 2000	Tratado de Libre Comercio entre los Estados Unidos Mexicanos y la Unión Europea
28 de junio de 2000	Tratado de Libre Comercio entre los Estados Unidos Mexicanos y el Estado de Israel
14 de marzo de 2001	Tratado de Libre Comercio entre los Estados Unidos Mexicanos y Guatemala, el Salvador y Honduras (Triángulo del Norte)
29 de junio de 2001	Tratado de Libre Comercio entre los Estados Unidos Mexicanos y los Estados de la Asociación Europea de Libre Comercio
14 de julio de 2004	Tratado de Libre Comercio entre los Estados Unidos Mexicanos y Uruguay
31 de marzo de 2005	Acuerdo para el Fortalecimiento de la Asociación Económica entre los Estados Unidos Mexicanos y el Japón

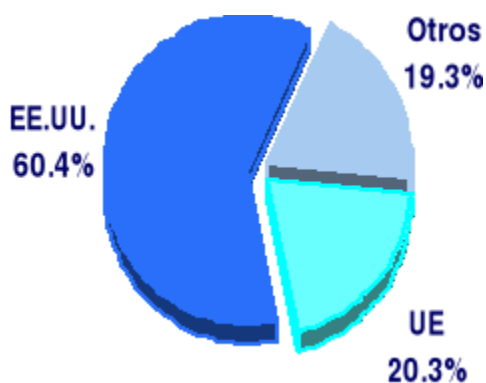
www.economia.gob.mx

En lo que a este caso corresponde, pondremos énfasis al Tratado de Libre Comercio que México tiene firmado con la Unión Europea dando una pequeña reseña, pasando posteriormente a la parte en que negocia con Francia el Libre Comercio.

Antecedentes de las relaciones México-Unión Europea (UE)

El proceso de integración, por el cual, se formó la Unión Europea (UE) es el más avanzado del mundo, los logros de los países que la conforman, y las instituciones y acuerdos que los unen, han creado un modelo que, dadas su historia y sus afinidades culturales, se proponen unir a los países miembros para lograr los beneficios de mercados más amplios, de productividades sumadas, de economías de escala y cooperación mutua.

Por otra parte, México ha participado tanto en los esfuerzos de integración latinoamericana como en la integración de América del Norte, además, ha sido puente entre los países de la Cuenca del Pacífico y del Atlántico. Aunque, México haya asumido un acuerdo comercial con el norte del continente americano, ha surgido una nueva manera de plantear las relaciones con otros países y, sobre todo, con otros bloques. La UE es el mayor mercado del mundo y una de las principales potencias a nivel mundial en materia de comercio e inversión. Además, la UE es el segundo socio comercial de México y nuestro país ocupa el tercer lugar como proveedor de Estados Unidos y el número 34 de la Unión Europea.



Gráfica de exportaciones mexicanas. Fuente Secretaría de Economía (2007).

El establecimiento de la relación institucional entre México y la Comunidad Europea (CE) se remonta al año de 1960, cuando se acreditó una comisión especial del país ante la Comunidad Económica Europea (CEE). En septiembre de 1975, 15 años después, México concluyó un acuerdo de “segunda generación” con la Comuni-

Europea, mismo que ya no quedaba circunscrito a aspectos meramente comerciales y establecía un comité mixto, formado por representantes de México y la Comunidad Europea, para supervisar el funcionamiento del acuerdo y formular recomendaciones para el buen desempeño del mismo. Entre 1975 y 1989 el Comité Mixto de la Comunidad Europea y México se reunió en ocho ocasiones:

- 1) Diciembre de 1975 en Bruselas.

- 2) Noviembre de 1978 en la ciudad de México.
- 3) Noviembre de 1979 en la ciudad de México.
- 4) Noviembre de 1983 en Bruselas.
- 5) Diciembre de 1984 en la ciudad de México.
- 6) Noviembre de 1985 en Bruselas.
- 7) Febrero de 1987 en la ciudad de México.
- 8) Julio de 1989 en Bruselas.

Las relaciones entre México y la UE están controladas por el Acuerdo Marco de Cooperación de 1991, que sustituyó al de 1975. Los cambios evidentes que el fin de la guerra fría y los bloques políticos plantean, así como la importancia que adquirió el comercio mundial a partir de nuevas integraciones económicas como el TLCAN y el establecimiento del Mercado Único Europeo, y los cambios que se han dado en el interior de México y de la CE (con nuevos integrantes a partir de 1987) hicieron necesaria la actualización de dicho marco.

Como cooperación financiera y técnica, la política comunitaria hacia América Latina se inició en 1973. Después se amplió a otros campos, como cooperación económica. Dicha política comunitaria adquirió carácter jurídico desde 1981. La cooperación comunitaria debía llevarse a cabo mediante acciones coordinadas de la CEE y los Estados miembros. En este sentido, a lo largo de los años ochenta tuvo lugar una evolución positiva que se refleja en el marco jurídico de los instrumentos para la cooperación financiera y económica.

En lo que toca a México, el origen de las negociaciones para la firma del primer acuerdo con la CEE surge de la coincidencia de la voluntad del gobierno mexicano de diversificar sus relaciones internacionales, a principios de los años setenta, con los primeros intentos de la CEE por ampliar las suyas, en particular, con América Latina. Los primeros acercamientos formales se remontan a la visita del presidente mexicano Luis Echeverría (1970-1976), en abril de 1973, a la sede de la CEE.

Las relaciones México-CEE 1975-1996

Las relaciones formales de la CEE con México se dividen en tres etapas principales:

- 1) La primera inicia con el proceso por el cual se logró el primer acuerdo marco, firmado en julio de 1975, que formalizó las relaciones entre ambas partes.

2) La segunda se da a partir de 1991, cuando se firmó un nuevo acuerdo que sustituía al anterior.

3) La tercera incluye las negociaciones que se llevaron a cabo para establecer un Acuerdo de Asociación Económica, Concertación Política y Cooperación entre ambos grupos.

El primer acuerdo marco México-CEE se firmó en julio de 1975 y contaba 13 artículos. Por primera vez en los acuerdos que la CEE había firmado con otros países, el acuerdo con México preveía el establecimiento de una cooperación económica y no un mero trato comercial, alentaba las inversiones y las transferencias de tecnología, preveía contactos periódicos entre empresarios de los Estados miembros y México.

Desde la óptica de la CEE, se trataba de un acuerdo comunitario, un marco jurídico que instauraba las bases de una relación de cooperación económica con amplias posibilidades de desarrollo. Para México, el acuerdo constituía el medio idóneo para desarrollar las conversiones y la transferencia de tecnología que se requerían para desarrollar nuevas líneas de producción necesarias para incrementar las exportaciones hacia el mercado europeo. Este Acuerdo entre México y la CEE tenía como principal función aplicar la cláusula de nación más favorecida a nuestro país, así como fomentar el contacto entre ambas partes económicas.

La CEE, por su parte, diversificaba sus relaciones hacia América Latina. Después de Paraguay y Argentina, México era el tercer país latinoamericano con quien la CEE firmaba un acuerdo de cooperación, aunque, era el primer acuerdo de su tipo: de *amplia cooperación económica*.

En 1987 se registró un impulso en las relaciones CEE- América Latina, después de que la primera reconociera la necesidad de tener en cuenta los intereses de las exportaciones latinoamericanas en las negociaciones de la Ronda de Uruguay, así como apoyar la diversificación de dichas exportaciones, a través de instrumentos como la promoción comercial y la intensificación de la cooperación industrial científica y técnica.

Y en la economía mexicana se dieron cambios muy importantes: se pasó de una economía protegida y centralizada por el Estado a una apertura económica inédita. México se adhirió al Acuerdo General de Aranceles Aduaneros y Comercio y comenzó a privatizar empresas públicas.

El Acuerdo de Cooperación y las relaciones México- UE 1991-1996

El Acuerdo Marco de Cooperación entre los Estados Unidos Mexicanos y la CEE se firmó, en Luxemburgo, el 26 de abril de 1991, entrando en vigor el 1 de noviembre del mismo año. El acuerdo, que sustituyó al de 1975, menciona en

el preámbulo la importante situación económica de México y su participación en el Grupo de Río, además señala las implicaciones favorables del proceso de reforma y modernización económica en México para las relaciones económicas y comerciales entre las dos partes.

El acuerdo suscrito por decisión del Consejo, es de “tercera generación”; es el más completo de los firmados con cualquier país asiático o latinoamericano. Consta de 44 artículos y tiene una cláusula evolutiva por la cual se pueden aumentar los niveles de cooperación y formular propuestas para ampliar el ámbito de la cooperación mutua.

Este acuerdo no preferencial cubre una amplia gama de sectores, además de que incluye mecanismos concretos de cooperación. Asimismo, establece una Comisión mixta que tiene como principales objetivos:

- a) Velar por el buen funcionamiento del acuerdo.
- b) Acordar y coordinar las actividades comerciales.
- c) Proponer los medios necesarios para concretar el acuerdo.
- d) Examinar la evolución de los intercambios y de la cooperación entre las partes haciendo recomendaciones para ampliar los intercambios.
- e) Intensificar y diversificar la cooperación.

Este acuerdo establece y define una serie importante de sectores y actividades que no se desarrollaban en el de 1975. Esto representa importantes ventajas: por un lado, se reconoce que el intercambio entre la CEE y México, entre 1975 y 1991, evolucionó no solamente en la parte de cooperación económica y comercial, sino en el desarrollo de nuevas áreas como la “cooperación científico-técnica, en telecomunicaciones, energía, agricultura, salud, desarrollo social, lucha contra las drogas, cultura, medio ambiente y desarrollo industrial” así como financiera y de inversiones, entre las más importantes. De hecho, el acuerdo no deja fuera ningún sector que se pueda beneficiar de la cooperación.

En el ámbito político los preparativos para el Acuerdo del 91 así como el mismo acuerdo logran establecer resoluciones sobre las relaciones económicas y comerciales así como aspectos en la Reforma del Estado, dándose aquí por primera vez y de manera declarada, la preocupación e interés por la parte Europea en cuanto a la democratización del país, aspecto que se vería recrudecido con los evento de 1994 en Chiapas.

La renovación de una estrategia de cooperación con la UE, mediante la negociación de un nuevo acuerdo de cooperación, incluso más ambicioso que los de tercera generación, fue probablemente el logro más importante de la gira de trabajo del presidente Zedillo por Europa a finales de enero y principios de febrero de 1996.

El 13 de mayo de 1996, el Consejo de Asuntos Generales de la Unión Europea aprobó el mandato de negociación para crear una zona de libre comercio con México en una sola fase, y tal y como lo habían planteado México, España y Reino Unido. El proyecto fue negociado con algunos obstáculos durante 1996 y 1997, pero finalmente se consiguió firmar el Acuerdo de Asociación Económica, Concertación Política y Cooperación entre la Unión Europea y México, en diciembre de 1997, dos años y medio después de la suscripción de la Declaración Conjunta Solemne del 2 de mayo de 1995, mediante la cual ambas partes se comprometieron inicialmente a negociar el nuevo acuerdo.

Proceso del acuerdo

En abril, el Consejo de Ministros de la UE aprobó por unanimidad el texto de una Declaración Conjunta Solemne entre México y la UE, misma que se firmó el 2 de mayo de 1995, en París, Francia. Esta declaración conjunta es una verdadera carta de intención de las partes que, si bien no formaliza el inicio de las negociaciones, sí establece el deseo y la intención de llevar a cabo un nuevo acuerdo.

El 8 de diciembre de 1997 significa un punto de inflexión en la relación bilateral, reafirmando los vínculos económicos y políticos, a través de la Firma del Acuerdo de Asociación Económica, Concertación Política y Cooperación entre la UE y México. Con este acuerdo ambas partes se comprometieron a iniciar en 1998 las negociaciones con vistas a la liberalización progresiva y recíproca del comercio de bienes y servicios. En esa ocasión fueron firmados:

- a) El Acuerdo Global, que abarca los capítulos sobre diálogo político, cooperación y lo relativo a los objetivos y mecanismos de la negociación comercial, el cual requería de un proceso de ratificación de cada uno de los 15 países miembros de la Unión Europea, de México y del Parlamento Europeo.
- b) El Acuerdo Interino, que establece los mecanismos y el formato para llevar a cabo la liberalización comercial. Este acuerdo sólo requería ser ratificado por el Senado Mexicano y el Parlamento Europeo.
- c) Un Acta que contiene una serie de declaraciones entre las que se encuentra la Declaración ad-hoc sobre servicios, que posibilitaría la negociación para la liberalización de este ámbito.

El 23 de abril de 1998, el Senado mexicano aprobó por unanimidad el Acuerdo Interino, mientras que el 13 de mayo del mismo año, el Parlamento Europeo aprobó por mayoría el Dictamen de Conformidad del Acuerdo Interino, a su vez, el Consejo de Ministros de la UE aprobó las Directivas Ampliadas de negociación comercial el 25 de mayo de 1998.

El 23 de marzo de 2000, México y la Unión Europea firmaron el acuerdo comercial que se inauguraría a partir del mes de julio. La Declaración de Lisboa firmada por el presidente Ernesto Zedillo y el presidente en turno de la Unión Europea, Antonio Gutiérrez, establece la liberalización gradual de ambos mercados. Este documento significa, además, una asociación estratégica en los ámbitos de la política y la cooperación. Italia sería el último país en hacerlo por completo, pues no aceptaba las partes de cooperación y concertación política hasta que hubiese un evidente cambio político y en México, hecho por el cual firma hasta el 3 de julio una vez realizadas las elecciones presidenciales en México y dándose un cambio de partido en el poder.

El 1° de julio de 2000, entró en vigor el TLCUEM.

Relaciones Comerciales entre México y Francia

Antecedentes

Las relaciones comerciales entre México y Francia se empezaron a dar desde los tiempos de la colonia. Sin embargo, México y Francia establecieron relaciones diplomáticas con carácter oficial el 26 de noviembre de 1826, aunque no fue sino hasta 1830 que Francia reconoció la Independencia de México, nueve años después de su consumación. Los primeros asuntos de la agenda bilateral fueron el comercio y la política internacional. En 1827, se firmó en París un acuerdo mediante el cual ambas partes se concedían el tratamiento de nación más favorecida y las reclamaciones de ciudadanos franceses por daños sufridos durante las guerras internas de México.

Fueron precisamente las reclamaciones, así como los intereses económicos de Francia (el Congreso Mexicano se negó a ratificar el acuerdo comercial), los que llevaron a nuevos conflictos entre ambos países:

- 1) En 1838, con la denominada "Guerra de los Pasteles".
- 2) En 1862, con la Intervención Francesa en México.

Tras el derrocamiento del Archiduque Maximiliano de Habsburgo y su muerte ocurrida, el 19 de junio de 1867, las relaciones franco-mexicanas quedaron suspendidas durante trece años. Los dos países restablecieron relaciones diplomáticas el 27 de noviembre de 1880. En 1886, se firmó en México un Tratado de Amistad, Comercio y Navegación. Cada uno de los gobiernos firmantes concedía al otro la cláusula de nación más favorecida. Durante las últimas dos décadas del siglo XIX y la primera del siglo XX, período que corresponde en México al régimen de Porfirio Díaz y en Francia a la Tercera República, los intercambios entre ambos países se intensificaron, sobre todo en los ámbitos comercial, industrial y cultural.

Relaciones bilaterales 1900-1950

Durante la Revolución Mexicana, a partir de 1910, México experimentó un periodo de conflictos internos que repercutió en sus relaciones con el exterior. Por su parte, Francia enfrentó a partir de 1914 la Primera Guerra mundial. Al concluir esta etapa, la representación diplomática entre ambos países se estableció a nivel de Encargado de Negocios. La negociación de la Convención de Reclamaciones, sobre daños causados a ciudadanos franceses por la Revolución, fue tema central de la agenda durante esos años.

El General Plutarco Elías Calles, en calidad de presidente electo, realizó una visita a Francia del 4 al 9 de octubre de 1924. Posteriormente, al declarar el Presidente Ávila Camacho el estado de guerra con Alemania en 1942, México rompió relaciones con el Gobierno de Vichy. En aquel entonces, el Gobierno mexicano accedió a iniciar contactos informales con la "Francia Libre" del General de Gaulle, a través de su delegación en la Ciudad de México. Al término de la Segunda Guerra Mundial, las relaciones diplomáticas entre ambos países se normalizaron y en 1945, las Legaciones de los dos países se elevaron a la categoría de Embajadas.

Relaciones bilaterales 1950-2000

La Embajada de México en Francia coadyuvó a la negociación del nuevo Acuerdo Comercial franco-mexicano, que fue firmado en la ciudad de México el 29 de noviembre de 1951 por el Secretario de Relaciones Exteriores Manuel Tello y el Embajador de Francia Gabriel Bonneau. Otros acuerdos fueron celebrados en aquella época, entre ellos una convención para la protección de los derechos de autor (1950) y un Convenio sobre Transportes Aéreos Regulares (1952). En el aspecto cultural, el año 1952 fue memorable por una importante exposición de arte mexicano en la ciudad de París.

El periodo de 1954 a 1982 constituye tres décadas de expansión de las actividades de la representación diplomática de México en París. Además de las labores de la Embajada, se abrieron en París oficinas de Pemex, Turismo, el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT) y un Centro Cultural.

A nivel político, las visitas de Estado de los Presidentes Adolfo López Mateos y Charles de Gaulle en 1963 y 1964, respectivamente, abrieron espacios para una mayor cooperación. En 1965, se suscribió un Acuerdo de Cooperación Científica y Técnica. En 1973, el Presidente Luís Echeverría visitó Francia; en esa ocasión se obtuvo el apoyo de ese país a la Carta de los Derechos y Deberes Económicos de los Estados, que México había propuesto en la Conferencia de las Naciones Unidas para el Comercio y el Desarrollo (UNCTAD III) en abril de 1972.

Con objeto de corresponder a la visita de Estado a México del Presidente Valéry Giscard d'Estaing, el Presidente José López Portillo efectuó una visita de Estado a la República Francesa en 1980, durante la cual se puso énfasis en la necesidad de equilibrar la balanza comercial deficitaria para nuestro país. En 1981, se suscribió un Acuerdo de Cooperación Económica y un convenio de

suministro de petróleo entre PEMEX y la Compañía Francesa de Petróleo (CFP).

La declaración franco-mexicana sobre El Salvador, del 28 de agosto de 1981, puso de manifiesto las posiciones coincidentes de ambos países sobre la solución de la situación prevaleciente en Centroamérica. En 1981, el Presidente François Mitterrand efectuó una visita de Estado a México en el marco de su asistencia a la Cumbre de Jefes de Estado y de Gobierno Norte-Sur, celebrada en Cancún, en octubre de ese año.

El Presidente Miguel de la Madrid realizó una visita de Estado a Francia del 20 al 23 de junio de 1985. Como resultado de ésta, se suscribieron 14 acuerdos de cooperación en distintos ámbitos y se comprometieron inversiones por un monto global de 217,6 millones de dólares.

El Presidente Carlos Salinas de Gortari viajó a Francia invitado a la conmemoración del Bicentenario de la Revolución Francesa en 1989 y, en 1992, efectuó una visita Oficial en la que sostuvo un encuentro con el Presidente François Mitterrand. En esa ocasión, los gobiernos de México y Francia decidieron reforzar sus lazos de colaboración y amistad mediante la suscripción de un Acuerdo Marco de Cooperación el 18 de febrero de 1992.

En ese sentido, las visitas de Estado a Francia del Presidente Ernesto Zedillo en octubre de 1997 y del Presidente Jacques Chirac a México en noviembre de 1998, impulsaron el diálogo político y se tradujeron en nuevas oportunidades en materia de comercio, inversión, así como en los distintos ámbitos de la cooperación bilateral.

Relaciones bilaterales en la actualidad

En años recientes, debido a la firma del Tratado de Libre Comercio entre México y la Unión Europea de la cual Francia es parte, destacan los múltiples encuentros entre los Jefes de Estado de ambos países en ocasión de distintos foros internacionales y visitas bilaterales. Así, mientras que el Presidente Fox realizó cinco visitas a Francia desde su elección en julio de 2000 (como presidente electo en octubre de 2000; visita de trabajo a la ciudad de Toulouse, en octubre de 2001; visita a Estrasburgo al Consejo de Europa y al Parlamento Europeo, en mayo de 2002; visita oficial en noviembre de 2002; y con motivo de la Reunión de Diálogo Ampliado del G8, en junio de 2003, en Evian) el mandatario francés, Jacques Chirac, se desplazó en dos ocasiones a México desde 2002, en ocasión de las Cumbres de Monterrey (marzo de 2002) y de Guadalajara (mayo de 2004).

En el marco de la celebración del foro económico Francia-México-Québec Futurallia 2004, el primer ministro Jean Pierre Raffarin realizó una visita de trabajo del 17 al 19 de noviembre de 2004, misma que representó el primer desplazamiento de un Jefe de gobierno francés a México. Durante el encuentro que sostuvo con el Presidente Vicente Fox Quesada (18 de noviembre 2004), ambos enfatizaron la convergencia de posiciones entre México y Francia en

distintos asuntos de la agenda internacional (Iraq, Medio Oriente, Haití, Reforma Integral de la ONU), y abordaron temas de la agenda económica y de cooperación bilaterales. En materia cultural, ambos gobiernos suscribieron una Declaración Conjunta sobre Diversidad Cultural. Asimismo, durante su intervención ante el pleno del Senado de la República, Raffarin pasó revista al excelente estado que guarda la relación bilateral.

LAS REGLAS DE ORIGEN

Los objetivos de la reciente ola de acuerdos de libre comercio han tenido, como principal fin, el levantamiento recíproco de aranceles comerciales entre las naciones; es decir, que dichos acuerdos establecen pautas a favor de incrementar el intercambio entre los países signatarios a través de tratamientos arancelarios preferenciales (reducciones arancelarias) entre los pactantes.

Para poder garantizar que efectivamente ese trato arancelario preferencial se aplique a mercancías producidas en los países involucrados, es necesario establecer criterios que permitan determinar el origen de dichas mercancías.

En la actualidad las mercancías son fabricadas normalmente a partir de insumos importados de uno o varios países diferentes, lo que provoca una internacionalización de la producción que hace a las mercancías cada vez más “multinacionales”. Es por ello que la regla de origen nos permite conocer en qué casos es aceptable la utilización de terceros insumos y en que casos sus usos resultan contrarios a la normativa de origen.

Por lo tanto, las reglas de Origen son una compleja gama de criterios y principios que nos proveen una base legal para determinar la nacionalidad del producto. Las reglas de origen son los requisitos que un producto debe cumplir para ser considerado originario de un lugar o zona, lo cual determina su comercialización fronteriza bajo los acuerdos de libre comercio. La tendencia de los acuerdos de libre comercio se dirige hacia establecer reglas de origen regional, es decir, exigir que un producto tenga un determinado porcentaje de componentes o insumos de la región.

El objetivo primordial de las reglas de origen es evitar que terceros países capturen preferencias arancelarias que no han negociado con anterioridad, es decir, un aprovechamiento desleal por parte de un tercer país de ventajas concebidas en el marco de acuerdos comerciales que no ha negociado.

En general las reglas de origen obligan a cumplir 3 grandes requisitos:

1. Ser originarios del país beneficiario.

Los productos son originarios de un país si son totalmente producidos en él, esto significa que el producto ha sido elaborado en el país beneficiario sin ningún insumo importado.

Si son suficientemente elaborados o procesados en él. Esto significa que son productos que tienen componentes importados, pero presentan diferentes criterios de aceptación.

2. Transportados directamente.

Para ser consideradas originarios, los países otorgantes de los beneficios o preferencias arancelarias exigen que las mercaderías deban ser expedidas directamente.

3. Presentar una prueba válida del origen.

Es necesario que los exportadores presenten una “Prueba de Origen” para que sus exportaciones puedan acogerse a los beneficios arancelarios, usualmente son:

-Certificado de Origen Formato A (para países desarrollados) o Formato ALADI (para preferencias latinoamericanas).

-La Declaración de la Factura Comercial.

-Otros certificados que el país otorgante pueda exigir.

Estos acuerdos comerciales llevan implícito el trato recíproco, es decir, que se aplican de igual forma tanto a países desarrollados como a países subdesarrollados, sin tomar en cuenta las asimetrías existentes entre ellos. Para esto hay que tomar en cuenta ciertas consideraciones de gran importancia, como ser consciente que las economías deben tener procesos productivos internamente articulados, para que los sectores económicos funcionen como piezas de una sola máquina productiva de modo que interactúen no solamente para una buena ejecución, sino también para consolidar su estabilidad económica.

2.4. REGULACIONES ARANCELARIAS Y NO ARANCELARIAS

En la historia del Comercio Internacional los seres humanos han tenido que atravesar grandes distancias para poder ofrecer sus productos, desgraciadamente, la distancia no es el problema “más grande” con el que se topan todos aquellos que quieren vender sus productos en otros países, sino que han visto, muchas veces, mermadas sus ilusiones, debido a “trabas” que ponen los países meta con un sinnúmero de fines (proteger la industria

nacional, “chantajear” al país vendedor y cobrar muchos impuestos a la importación).

Si a lo anterior le sumamos la clasificación internacional de los productos, podemos considerar qué trato o restricciones va a recibir un producto en el mercado meta. Las trabas a las que hemos hecho alusión pueden ser divididas en dos principales clasificaciones, **regulaciones arancelarias y no arancelarias**. Para poder determinar las regulaciones arancelarias y no arancelarias específicas de un producto, se tiene que conocer primero la fracción arancelaria del mismo, para ello se recomienda consultar a un agente aduanal o acudir a la Secretaría de Hacienda y Crédito Público y la Secretaría de Economía para tener la información adecuada o visitar su página de Internet.

Las regulaciones arancelarias, son los impuestos (aranceles) que se deben pagar en las aduanas de un país por la entrada o salida de los productos a un país extranjero.

Regulaciones Arancelarias

Según el artículo 12 de la Ley de Comercio Exterior de México se encuentran tres clases, estas son:

-Ad Valorem: Arancel expresado en términos porcentuales y se aplica sobre el valor en aduana de la mercancía. El cobro del impuesto es el precio pagado que se consigna en la factura.

-Arancel Específico: Se expresa en términos monetarios por unidad de medida, el valor real de la mercancía no tiene ninguna trascendencia fiscal.

-Arancel Mixto: Es una combinación de los dos anteriores.

Por otra parte, tenemos que el artículo 13 de Ley de Comercio Exterior de México contempla los siguientes aranceles:

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

-Arancel Estacional: Cuando se establezcan niveles arancelarios distintos para diferentes periodos del año.

Cuando las mercancías ingresan a las aduanas de los países estas son objeto de la aplicación de tres tarifas arancelarias:

***Tarifa General:** Es aquella que se paga a todos los países miembros de la Organización Mundial de Comercio (OMC), a quienes se otorga el trato de la nación más favorecida. Cabe mencionar que dicho impuesto no puede ser mayor al 20%.

***Tarifa Preferencial:** Este se aplica a las mercancías que provienen de países con los que se tiene firmado algún tratado comercial, razón por la cual se les aplica un arancel inferior al general y en ocasiones hasta su exención.

***Tarifa Diferencial:** Este tipo de impuesto es más alto y se aplica a las naciones que no pertenecen a la OMC cuando no existe tratado de Libre Comercio, a las que se les pretende imponer un castigo o sanción económica. Es una tarifa discriminatoria.

El establecimiento de un arancel tiene cinco objetivos primordiales:

- 1) Elevar los ingresos del Estado.
- 2) Proteger la economía de un país al permitir que la producción nacional aumente.
- 3) Fomentar el empleo nacional.
- 4) Animar determinadas empresas ineficientes a producir más y mejor.
- 5) Inducir a los consumidores a reducir sus compras de productos extranjeros y fomentar el consumo del producto nacional.

Regulaciones no Arancelarias

Se entiende por barreras no arancelarias a las leyes, regulaciones, políticas o prácticas de un país que restringen el acceso de productos importados a su mercado. Por ende, incluyen tanto normas legales como procedimientos administrativos no basados en medidas explícitas, sino en directivas informales de instituciones y gobiernos. También podemos decir que son las medidas establecidas por los gobiernos para proteger la planta productiva, las economías nacionales o para preservar el medio ambiente, la sanidad animal y vegetal o a los consumidores.

-Cuantitativas:

Permisos de exportación o importación.

Cupos.

Precios oficiales.

Medidas contra prácticas desleales de comercio internacional: Dumping.

-Cualitativas:

Impuestos antidumping.
Regulaciones de etiquetado.
Regulaciones sanitarias.
Regulaciones de envase, empaque y embalaje.
Normas técnicas.
Normas de calidad.
Regulaciones de toxicidad.
Mercado de país de origen.
Regulaciones ecológicas.

2.5. INSTITUCIONES Y PROGRAMAS DE APOYO A LA EXPORTACIÓN

Instituciones que apoyan a la exportación

Al querer llevar a cabo la exportación debemos tener en cuenta que necesitamos recurrir a instituciones que sean capaces de darnos la información necesaria para poder llevarla a término. Las principales instituciones que se encargan de auxiliarnos en el proceso de la exportación son:

-Banco Nacional de Comercio Exterior (BANCOMEXT): Es una institución financiera de desarrollo del gobierno federal que promueve el Comercio Exterior en México, especialmente las exportaciones no petroleras. Proporciona información sobre estadísticas de Comercio Exterior y mercados de productos, directorios de proveedores, exportadores e importadores, regímenes legales y arancelarios, normas internacionales y acuerdos comerciales de libre comercio, asimismo, otorga financiamientos a empresas con capacidad exportadora.

Por otra parte, esta institución otorga apoyos financieros a los organizadores de feria que cuenten con el certificado de Feria Mexicana de Exportación. Entre los servicios que brinda esta institución destacan: prestar el servicio de banca de primer piso, otorgar créditos conforme a productos financieros vigentes, promover eventos a nivel internacional y apoyar la participación de compradores de otros países.

-Secretaría de Economía (SECON): Es una dependencia del Poder Ejecutivo Federal. A través de esta dependencia se puede tener información y apoyo en diversos aspectos industriales y del Comercio Exterior, mediante programas e instrumentos gubernamentales.

-Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP): Sus funciones relativas al comercio se encargan de autorizar los impuestos y las franquicias aduanales, clasifica las mercancías, impuestos, cambios de aduana o de régimen, otorga las autorizaciones de importación y exportación; asigna el RFC para fines aduanales, entre otras funciones.

-Confederación de Asociaciones de Agentes Aduanales de la República Mexicana (CAAAREM): Orienta y asesora a la micro, pequeña, mediana y gran empresa sobre Legislación Aduanera aplicable para el cumplimiento de sus obligaciones en materia de trámites y procedimientos de Comercio Exterior; realizar el despacho aduanal de exportación o importación de mercancías, entre otros servicios.

-Comisión para la Protección del Comercio Exterior (COMPROMEX): Es útil para todos aquellos que quieren realizar operaciones de Comercio Exterior. Sirve como mediador en la conciliación de conflictos legales o contractuales.

-Nacional Financiera (NAFIN): Representa una participación significativa en el proceso de desarrollo de la actividad industrial, apoyando de manea especial a los proyectos de la micro, mediana y gran empresa de la industria manufacturera, y a proyectos de gran impacto económico. Tiene como objetivo fundamental coadyuvar en la presentación de la planta productiva, e impulsar la realización de proyectos de inversión viables que estimulen la generación de empleo y el crecimiento económico.

-Secretaría de Salud (SS): Otorga el certificado sanitario de importación y exportación relacionado con los productos relacionados al consumo humano, tal como: alimentos procesados, bebidas, medicamentos, etc.

-Secretaría de Agricultura, Ganadería y Desarrollo Rural (SAGARPA): Expide la hoja rosa de registros zoo-sanitarios en importadores y asesora la importación y exportación de animales, entre otras funciones.

Programas de apoyo a la exportación

Los apoyos a la exportación están orientados a promover la productividad y la calidad de los procesos que elevan la competitividad de las empresas, enfocándose a que éstas puedan seleccionar libremente de entre proveedores nacionales y extranjeros, a aquellos que les ofrecen mejores condiciones de precio y calidad.

A mediados de los años 80's solo existía un antecedente de apoyo a la exportación que se refiere a la Industria Maquiladora, este esquema fue aprobado desde los años 60 en la zona fronteriza norte del país con el objetivo primordial de crear fuentes de trabajo en esa zona.

Para el año de 1985 fue necesario crear nuevos esquemas de apoyo a la producción, tales como:

-PITEX (programa de importación Temporal para producir artículos de exportación): Es un instrumento de fomento a las exportaciones, mediante el

cual se permite a los productores de mercancías destinadas a la exportación, importar temporalmente diversos bienes (materias primas, insumos, componentes, envases y empaques, así como maquinaria y equipo) para ser utilizados en la elaboración de productos de exportación, sin cubrir el pago del impuesto general de importación, del impuesto al valor agregado y de las cuotas compensatorias, en su caso. Beneficiarias de este programa son las personas morales productoras de bienes no petroleros establecidas en el país que exporten directa o indirectamente, así como las empresas de comercio exterior, con registro vigente expedido por la Secretaría Economía, las cuales pueden suscribir un programa PITEX en la modalidad de proyecto específico de exportación.

A fin de gozar de los beneficios de un programa PITEX, el promotor deberá registrar ventas anuales al exterior por un valor superior a 500,000 dólares de los Estados Unidos de América, o su equivalente en otras divisas, o bien, facturar productos de exportación cuando menos por el 10% de sus ventas totales, esto en el caso de querer importar insumos que incorporará a un producto de exportación. Si el promotor desea importar también maquinaria y equipo, las ventas al exterior que realice anualmente no podrán ser menores al 30% de sus ventas totales.

-Draw Back: Se refiere a la devolución de impuestos de importación de las mercancías importadas definitivamente e incorporadas a artículos posteriormente exportados. Mediante el cual se reintegra al exportador el valor de los impuestos causados por la importación y posterior exportación de:

- a) Materias primas, partes y componentes, empaques y envases, combustibles, lubricantes y otros materiales incorporados al producto exportado;
- b) Por la importación de mercancías que se retornan al extranjero en el mismo estado en que fueron importadas.
- c) Mercancías importadas para su reparación o alteración.

Este esquema opera, siempre que las importaciones definitivas se hayan realizado dentro del plazo de un año y las exportaciones realizadas dentro de los dos meses anteriores a la solicitud.

Asimismo, con la finalidad de abrir canales de comercialización y orientar eficientemente la oferta, se implementaron esquemas que fortalecieron la competitividad de las empresas exportadoras en el mercado internacional, incluyendo a las pequeñas y medianas.

-ECEX (Empresas de Comercio Exterior): Es un instrumento de promoción a las exportaciones, mediante el cual las empresas comercializadoras podrán acceder a los mercados internacionales con facilidades administrativas y apoyos financieros de la banca de desarrollo, con el propósito de conjuntar la

oferta nacional de mercancías para posicionarlas en el extranjero, de acuerdo a la demanda internacional.

Los beneficios a que tiene derecho una empresa ECEX, son los siguientes:

- La Posibilidad de adquirir mercancías a proveedores nacionales, mediante el tratamiento de exportación definitiva a tasa 0% de IVA.
- Expedición automática de la constancia de Empresas Altamente Exportadoras (**ALTEX**).
- Autorización, en su caso, de un Programa de Importación Temporal para Producir Artículos de Exportación (PITEX) en su modalidad de proyecto específico.
- Descuento del 50% por parte de Bancomext en el costo de los productos y servicios no financieros que esta institución determine a través de su programa de apoyo integral a estas empresas.
- Asistencia y apoyo financiero por parte de Nacional Financiera para la consecución de sus proyectos, así como servicios especializados de capacitación y asistencia técnica. Este beneficio se otorgará tanto a las empresas ECEX como a sus proveedores.

FEMEX (Ferias Mexicanas de Exportación). Uno de los principales accesos al mercado exterior es por medio de ferias, en las cuales Bancomext otorga la mayoría de las facilidades en las cuales no se corre el riesgo de fracasar, además de que estas ferias se dividen de la siguiente manera:

Ferias Tipo A

Son aquellos eventos en el extranjero en donde Bancomext organiza y apoya la participación de empresas mexicanas dentro de un Pabellón Nacional.

Ferias Tipo B

Son aquellos eventos internacionales de reconocido prestigio en los que Bancomext no participa con un Pabellón Nacional y en los cuales una o varias empresas mexicanas participan de forma individual. Incluyen también aquellas ferias en las que se cuenta con un Pabellón Nacional, pero el número de empresas mexicanas interesadas en participar excede el cupo del mismo.

Ferias Tipo C

Son aquellos eventos en el extranjero en donde Bancomext organiza y apoya la participación de Gobiernos de estados de la República Mexicana, Empresas, Parques Industriales, Despachos de Abogados y Consultores, Organismos y Entidades para la Promoción de Inversiones, dentro de un

Pabellón Nacional y cuyo principal objetivo es el de captar iniciativas de empresas extranjeras interesadas en invertir en México.

Otro concepto de singular importancia para apoyar la competitividad en el exterior, es el apoyo para disminuir los costos administrativos, por lo que se crearon mecanismos de concertación de acciones a favor de la exportación, lo que permite la eliminación de obstáculos administrativos y la simplificación de trámites. Con este propósito, el gobierno federal estableció el esquema:

Empresas Altamente Exportadoras (ALTEX): Con la finalidad de incrementar la actividad exportadora de las empresas productoras establecidas en el país, el Gobierno Federal ha establecido diversos programas de apoyo a las exportaciones en materia fiscal y administrativa.

El programa de Empresas Altamente Exportadoras (ALTEX), que fue establecido en 1990, ha sido un instrumento eficaz en la eliminación de obstáculos administrativos a favor del sector industrial, lo cual ha beneficiado no sólo en la simplificación de trámites, sino en mayor liquidez para este sector de la economía mexicana.

Derivado de la concertación entre la Secretaría de Economía y la Secretaría de Hacienda y Crédito Público y que es considerado como uno de los logros más importantes para este programa, es que las empresas ALTEX obtienen la devolución de saldos a favor del IVA por concepto de exportaciones en un plazo aproximado de 5 días hábiles. Adicionalmente, este programa ofrece otros beneficios, dentro de los cuales se encuentra el acceso gratuito al Sistema de Información Comercial administrado por esta Secretaría. Es un instrumento de promoción a las exportaciones de productos mexicanos, destinado a apoyar su operación mediante facilidades administrativas y fiscales.

Beneficiarios:

1. Las personas físicas o morales establecidas en el país productoras de mercancías no petroleras que demuestren exportaciones directas por un valor de dos millones de dólares o equivalentes al 40% de sus ventas totales, en el período de un año.
2. Las personas físicas o morales establecidas en el país productoras de mercancías no petroleras que demuestren exportaciones indirectas anuales equivalentes al 50% de sus ventas totales.
3. Las empresas de Comercio Exterior (ECEX), con registro vigente expedido por esta Secretaría.
4. Los exportadores directos e indirectos podrán cumplir con el requisito de exportación del 40% o dos millones de dólares, sumando los dos tipos de exportación.

Beneficios:

1. Devolución de saldos a favor del IVA, en un término aproximado de cinco días hábiles.
2. Acceso gratuito al Sistema de Información Comercial administrado por la Secretaría de Economía.
3. Exención del requisito de segunda revisión de las mercancías de exportación en la aduana de salida cuando éstas hayan sido previamente despachadas en una aduana interior.
4. Facultad para nombrar a un apoderado aduanal para varias aduanas y diversos productos.
5. Para gozar de dichos beneficios, los usuarios de este programa deberán presentar, ante las Dependencias de la Administración Pública Federal correspondientes, una copia de la Constancia ALTEX expedida por esta Secretaría y, en su caso, la ratificación de vigencia.

Compromisos:

- Demostrar que cumplen con los requisitos mínimos de exportación, y
- Presentar oportuna y puntualmente su reporte anual de operaciones de comercio exterior.

Posteriormente, y con objeto de otorgar a la comunidad exportadora los mecanismos necesarios para mantener su competitividad en el mercado, la Secretaría estableció los programas:

PRONEX (Programa de proveedores nacionales de exportación). Con objeto de permitir al proveedor nacional de la industria manufacturera de exportación, las mismas condiciones de competencia que al proveedor en el extranjero.

PROSEC (Programas de Promoción Sectorial). Establecido para productores que abastecen tanto el mercado externo como interno, con objeto de reducir el impacto de la entrada en vigor del artículo 303 del Tratado de Libre Comercio de América del Norte.

Crédito a la exportación

Bancomext también presta recursos financieros a las empresas mexicanas para que estas, a su vez, otorguen crédito a sus compradores y, de esta forma, puedan ofrecer a sus clientes productos y servicios en condiciones competitivas. Este tipo de crédito se otorga a las empresas con proyectos viables desde el punto de vista técnico, de mercado administrativo y financiero que produzcan o comercialicen bienes y/o servicios no petroleros que directa o indirectamente generen divisas, o que tengan potencial de exportación. Dependiendo de las necesidades del cliente, Bancomext puede financiar hasta el 90% del valor de las facturas, pedidos y/o contratos, en el caso de ventas a corto plazo, y de 85% del valor de la factura o hasta 100% del contenido nacional de producción, el que sea menor, en el caso de ventas a largo plazo.

Bancomext ofrece créditos en dólares o en moneda nacional, de acuerdo con los requerimientos del cliente, a plazos de hasta 180 días o más si se trata de bienes intermedios o de capital que requieran financiamiento a mediano o largo plazo. Para que una empresa sea susceptible de recibir un crédito directo de Bancomext, debe entregar la solicitud de crédito, con los requisitos correspondientes y acompañados de la información que en ella se establece para este tipo de apoyo (de carácter legal, financiero, de mercado, administrativo y técnico). Una vez aceptado el crédito, para disponer de los recursos se requiere copia del paquete de facturas de los bienes y servicios cuya compra-venta se realizó durante el último o penúltimo mes anterior a la fecha de disposición.

2.6. TRÁMITES Y DOCUMENTOS ADUANALES PARA LA EXPORTACIÓN EN MÉXICO

Trámites necesarios para exportar

Cuando nos vamos a incursionar en el ámbito de la exportación lo primero que tenemos que tomar en cuenta es el tener bien ubicado nuestro producto conforme la clasificación internacional arancelaria, con el fin de precisar el correcto pago de nuestras obligaciones fiscales y vigilar el cumplimiento de las regulaciones no arancelarias que se tengan previstas para darle un tránsito más rápido a nuestros productos. Los pasos a seguir son los siguientes:

a) Acudir a un despacho aduanal: Con la finalidad de conocer todos los requisitos legales y fiscales que debemos de cubrir, además de ser nuestro representante legal ante Estado.

b) Contar con el registro de empresas exportadoras: Nos ayuda a contar con beneficios otorgados por el gobierno a todas aquellas empresas que se dedican a exportar en medianos y grandes volúmenes.

c) Contar con el registro de Cámaras Empresariales: Este requisito no es indispensable; sin embargo, nos ayuda a acceder ciertos apoyos que promueven la actividad empresarial, en especial la dedicada a la exportación.

d) Contar con el Registro Federal de Contribuyentes: Por este medio, el Gobierno se encarga de exigir el pago de impuestos a las empresas y, a su vez, darle todos los requerimientos legales que necesita para dar libre acceso a su mercancía.

e) Registrar marcas y propiedades industriales: Este registro evita el posible plagio de un invento, diseño o marca que se encuentre en el mercado nacional o internacional.

f) Marcar el país de origen: Sirve para dar a nuestro producto la leyenda de Hecho en México con la finalidad de identificar su origen y dar a la Norma Oficial Mexicana (NOM).

Estos son los principales trámites que se deben realizar para poder exportar dado que hay más trámites que se deben de cumplir dependiendo del producto que se piense exportar.

Documentos necesarios para exportar

Los más indispensables son:

Pedimento de exportación

Los exportadores están obligados a presentar en la aduana un pedimento de exportación que es el primer documento que se debe de presentar ante la aduana para poder exportar, en la forma oficial aprobada por la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, por conducto de un agente o apoderado aduanal. Dicho pedimento debe acompañarse de: factura o, en su caso, cualquier documento que exprese el valor comercial de las mercancías, los documentos que comprueben el cumplimiento de regulaciones o restricciones no arancelarias a las exportaciones e indicar los números de serie, parte, marca y modelo para identificar las mercancías y distinguirlas de otras similares, cuando dichos datos existan.

Factura comercial

En el país de destino todo embarque se debe acompañar con una factura original, misma que debe incluir: nombres de la aduana de salida y puerto de entrada, nombre y dirección del vendedor o embarcador, nombre y dirección del comprador o del consignatario, descripción detallada de la mercancía, cantidades, precios que especifiquen tipo de moneda, tipo de divisa utilizada, condiciones de venta, lugar y fecha de expedición.

Lista de empaque

Es un documento que permite al exportador, al transportista, a la compañía de seguros, a la aduana y al comprador, identificar las mercancías y conocer qué contiene cada bulto o caja, por lo cual se ha de realizar un empaque metódico, que coincida con la factura. Esta última se utiliza como complemento de la factura comercial.

En este desglose se debe indicar la fracción arancelaria de la mercancía, así como el valor, el peso y el volumen (describiendo el tipo de empaque y embalaje utilizados).

En el despacho aduanal se requiere el pedimento de exportación, el cual permite a la empresa comprobar sus exportaciones ante la Secretaría de Hacienda y Crédito Público para los efectos fiscales respectivos.

Certificación de calidad y cuantificación de mercancías

Los riesgos de las operaciones de comercio exterior se reducen acudiendo a empresas internacionales que vigilan e inspeccionan la carga, con el fin de asegurar el cumplimiento de las normas pactadas. Estas certificaciones son voluntarias y pueden referirse, entre otras, a las siguientes materias: supervisión de calidad, cantidad y peso; supervisión de embarque, estiba o descarga; supervisión de temperaturas; supervisión de fumigaciones; control de calidad; supervisión e inspección de embalaje; inspección previa para asegurar la limpieza del medio de transporte; inspección y evaluación de productos conforme a normas internacionales.

Otros documentos

Copia del Registro Federal de Contribuyentes (RFC) con homo-clave e información del domicilio fiscal de la empresa, carta de encargo para el embarque de su mercancía, contar con la reservación de la agencia naviera para efectuar el embarque de la mercancía -si es por vía marítima-; si no se cuenta con dicha autorización, dar instrucciones a la agencia aduanal para que solicite autorización por cuenta del exportador; si se trata de contenedores, solicitar con tiempo el envío de los contenedores vacíos para ser cargados con la mercancía a exportar; otros permisos, certificados de análisis químicos o autorizaciones según la mercancía de que se trate

CAPÍTULO 3. PERFIL DE UNA EMPRESA EXPORTADORA A TRAVÉS DEL ANÁLISIS FINANCIERO

En la actualidad, todas las empresas del mundo, en este caso las de México, se encuentran en la necesidad de cambiar su rumbo, su estructura y su ideología para poder salir a flote al presente reto de la globalización. El comercio actual, en todo el mundo, se ve enormemente cambiado, por lo tanto, también cambia la manera en la cual las empresas se desenvuelven en sus países y es aquí en donde nos interesamos en conseguir toda la información necesaria para poder ser capaces de llevar nuestros productos a mercados extranjeros. Así pues, debemos de tener toda la información necesaria para poder tener el éxito esperado, tomando en cuenta: la necesidad de los consumidores, la competencia, las normas y las leyes, la tecnología, la calidad de los productos, la moda, la moneda, los usos y costumbres del mercado meta. En otras palabras, no es suficiente tener una visión para los negocios, sino que se requiere de un buen análisis de todo lo que mencionamos anteriormente para poder tomar decisiones acordes que aseguren nuestro éxito en el futuro.

Ya habiendo entendido la necesidad de tener la suficiente información sobre el mercado meta y nuestra situación (financiera, de infraestructura, de recursos humanos y producción), podemos elaborar una estrategia que nos permita competir y mantenernos en el Mercado Internacional.

Por lo que, en este capítulo desarrollaremos aspectos muy importantes que una empresa debe considerar antes de exportar: generar un plan de negocios para exportar; revisar el proceso productivo; llevar a cabo un análisis contable y financiero; así como, un análisis de fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas (FODAS). Todo lo anterior nos dará como resultado determinar si la empresa está o no en condiciones de exportar, y qué se necesita corregir para hacerlo exitosamente.

3.1. PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPORTACIÓN

El valor principal de un plan de negocios será la creación de un proyecto escrito que evalúe todos los aspectos de la factibilidad económica de una iniciativa comercial con una descripción y análisis de sus perspectivas empresariales.

Los seis principales pasos a seguir para obtener un excelente plan de negocios

Los empresarios nuevos a menudo tienen dificultades para redactar planes de negocios. Esta herramienta ayudará en muchos aspectos, de modo que no se

debe pasar por alto esta herramienta de planificación. Para facilitarse, aquí se presentan seis pasos que nos guían en la estructuración de un plan útil:

- Escribir un concepto básico del negocio.
- Reunir todos los datos que sean posibles sobre la factibilidad y puntos específicos del concepto del negocio.
- Focalizar y afinar los conceptos en base a los datos que se han recopilado.
- Destacar las materias específicas de un negocio. El uso de un enfoque “qué, dónde, por qué, cómo” puede ser de utilidad.
- Dar a nuestro plan una forma convincente para que no sólo proporcione perspectivas y dirección, sino que al mismo tiempo se convierta en una valiosa herramienta para manejar las relaciones comerciales indispensables que se presentarán en el futuro.
- Revisar los planes modelo que se entregan y descargar el formato en blanco a un documento de MS Word.

Un plan de negocios tiene que tener los siguientes requisitos necesarios:

a) Un concepto sólido del negocio. “El error más frecuente que cometen los empresarios es no elegir el negocio correcto desde un principio”. La mejor forma para aprender acerca de un posible negocio es trabajar para otra persona en ese negocio antes de comenzar uno propio. Puede existir una gran diferencia entre un concepto de un buen negocio y la realidad.

b) Comprender el mercado. Una buena manera de comprobar que se conoce el mercado es comercializar a modo de prueba un producto dado o servicio antes de comenzar en forma. Entonces, fabricar algunos ejemplares a mano e intentar venderlos de poco a poco.

c) Industria sólida, creciente y estable. Hay que recordar que algunos de los más grandes inventos de todos los tiempos, como el avión y el automóvil, no dieron frutos económicos inmediatos a muchos que intentaron explotar estos grandes avances. Por ejemplo, las ganancias acumuladas de las aerolíneas desde que Wilber Wright voló ese primer avión son menos que cero (las pérdidas de las aerolíneas han sido mayores que sus utilidades). El éxito proviene de aquellos que encuentran negocios con una gran economía y no necesariamente con grandes inventos o avances para la humanidad.

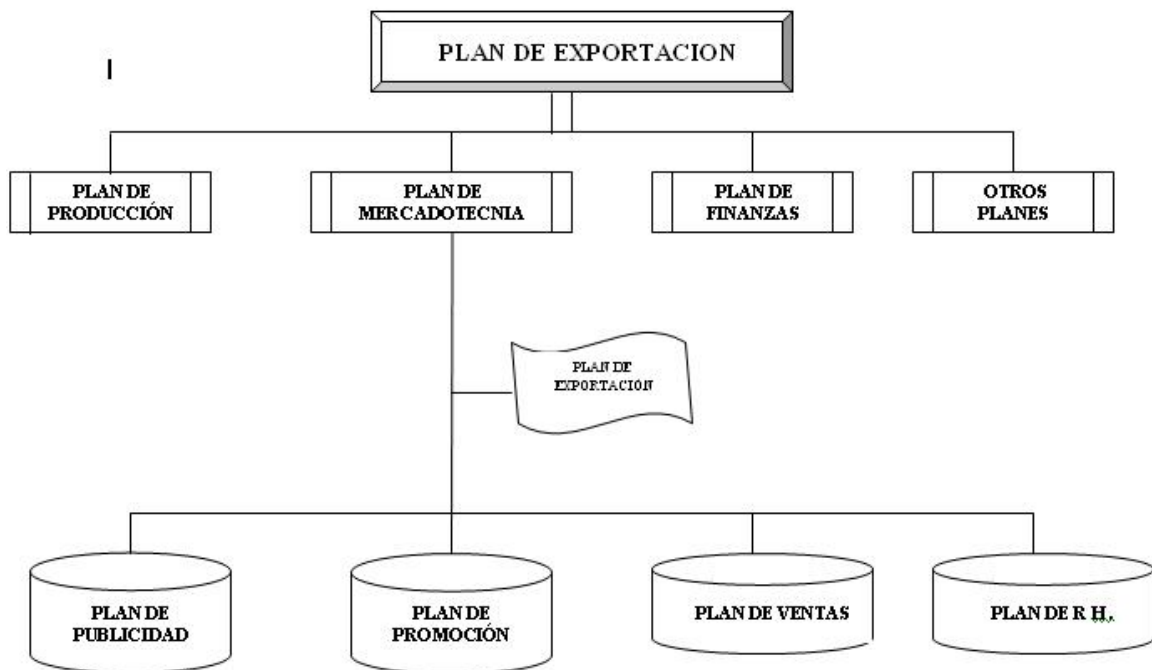
d) Administración capaz. Buscar gente que sea agradable y admirable, que tenga valores éticos, aptitudes suplementarias y que sean inteligentes. Planificar, contratar gente que posea aptitudes que usted no tenga. Definir su habilidad única y buscar a otros que conviertan sus debilidades en fortalezas.

e) Planeación y Control financiero. La mayoría de los empresarios no tienen conocimientos previos de contabilidad y tiempo para regresar a la escuela para adquirir este tipo de conocimiento. Las personas cometen constantemente este error en los negocios.

f) Enfoque comercial consecuente. Si se piensa que prestar atención en productos o servicios específicos, se descubrirá que los especialistas superan a aquellos que no son especialistas. Se debe concentrar en algo que pueda hacer tan bien que no se estará sujeto a competir con alguien con un precio menor.

Situándonos en el mismo contexto, el plan de negocios para la exportación es un paso esencial que debe tomar en cuenta cualquier empresario prudente, independientemente de la magnitud del negocio, sobre todo porque éste va a ser a nivel internacional y no local. A menudo, debe facilitarse un formato para estructurar un plan a medida que se quiera incursionar en el mercado internacional. Los planes de negocios pueden variar considerablemente, aunque hay que informarse de diversas fuentes. Por el momento prestaremos atención a los situados por el Sr. Alejandro Lerma Kirchner dado a que se presentan como los más completos y acercados a la realidad del momento.

“PLANES ESTRATEGICOS DE LA EMPRESA”



Por otra parte, tenemos que para poder tener un buen plan de exportación debemos de poseer los siguientes requisitos:

1.- Carátula.

2.- Índice.

3.- Introducción. ¿Por qué se elabora y presenta el plan de exportación?; ¿Cuál es su utilidad para la empresa?; y ¿Cuáles son las razones para exportar?

4.- Resumen ejecutivo (una o dos páginas).

5.- Observaciones y recomendaciones (máximo tres páginas).

6.- Objetivos comerciales y financieros relativos al proyecto de exportación.

7.- Análisis de la situación actual que sustente las razones para exportar o no al mercado meta.

***La empresa:** Organización para la exportación, capacitación y conocimiento de los procesos para la comercialización internacional, la tecnología de los medios de producción, capacidad financiera.

***El producto o servicio:** Análisis de costos directos e indirectos, fijación de precios de exportación, el volumen exportable, estacionalidad en la demanda y producción, el perfil de competitividad del producto para la exportación en relación a cada mercado meta, la calidad del producto, el diseño, los insumos, el envase, el embalaje y las etiquetas, las normas y regulaciones gubernamentales mexicanas, y en su caso, la normatividad vigente en cada mercado meta, la promoción y publicidad aplicada para productos similares en el mercado meta.

8.- El mercado meta:

- a) Identificación, evaluación y selección del mercado meta. Volumen y valor del mercado, tendencias, segmentación, distribución geográfica, la competencia (procedencia, empresas, marcas, niveles de precio, participación de mercado), presentación de los productos, envase, embalaje, promoción y publicidad, medios de introducción de nuevos productos y la estructura del sector industrial que corresponda en el mercado meta.
- b) Los mercados meta atractivos, por lo general, corresponden a aquellos países respecto a los cuales la empresa posee alguna ventaja competitiva.
- c) El consumidor: Perfil del consumidor, estratos, hábitos, usos, costumbres y tendencias de consumo, medios promocionales recomendables para ese perfil de consumidor.

- d) Canales de distribución: Introdutores e importadores, mayoristas y medios mayoristas, minoristas, tiendas de autoservicio, cadenas de supermercados, etc.

9.- El entorno: Información económica, demográfica, política y cultural del mercado meta: PIB, Balanza Comercial, Inflación, áreas económicas, inversión nacional y extranjera, crecimiento demográfico, estructura demográfica, población urbana y rural, distribución de la población por nivel socioeconómico, distribución política, panorama político, aspectos culturales a considerar en la introducción y comercialización del producto a exportar, aspectos culturales en la negociación comercial en el mercado meta, agencias de gobierno y privadas a las cuales acudir; todo esto con lo que requiera la naturaleza del producto en cada mercado meta.

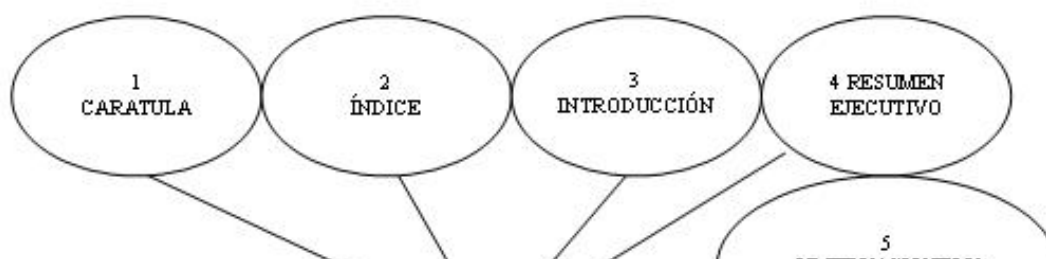
10.- Sugerencia de estrategias en relación con la empresa y su organización para la exportación, la producción, el producto, el envase y el embalaje, mercado, promoción y servicios.

11.- Plan de acción: Con programa de actividades que indiquen la duración, fecha de inicio y terminación de cada actividad.

12.- Presupuesto para la exportación: Costos e inversiones relacionados con el proyecto de exportación y pronóstico de ventas.

13.- Anexos: Apéndice metodológico, relaciones y directorios de importadores y distribuidores, normas y especificaciones internacionales, información relativa a logística, seguros y obtención de créditos preferenciales para la exportación, compendio de esquemas y fotografías, estadísticas básicas del mercado meta, etcétera.

“DIAGRAMA DEL PLAN GENERAL DE EXPORTACION”



Pág. 97. Lerma Kirchner Alejandro, Comercio y Mercadotecnia Internacional. 3ra. Edición. Ed. Thomson. México 2003.

3.2. ANÁLISIS FINANCIERO

Podemos darle muchas definiciones al análisis financiero, pero la que más se adecua para nosotros es la definición proporcionada por el Ingeniero Civil Ernesto Javier Gómez López: “Si por análisis entendemos la descomposición de un todo en sus partes para su mejor estudio, veremos la importancia que tiene dentro del ámbito financiero. Actualmente se considera al *análisis financiero* una herramienta básica para el completo conocimiento de los negocios. Proporciona los medios necesarios con *la técnica adecuada para poder evaluar las áreas más importantes de la empresa: solvencia, estabilidad y rentabilidad*”. (1)

(1) Análisis e interpretación de estados financieros. Ernesto Javier Gómez López Ed. ECAFSA, México 2000. Página 43.

Por otra parte, podemos entender por análisis financiero “el estudio profundo y razonado de los estados financieros que el profesional en la materia realiza para emitir un juicio que le permita juzgar el pasado y prever el futuro de la empresa”. (2)

Siguiendo los preceptos del Sr. Gómez López podemos definir a los siguientes conceptos así:

-Solvencia: *Es la capacidad de la empresa para hacer frente a sus obligaciones a corto plazo, y ya que dentro de la clasificación del balance se ha separado en el activo circulante aquellos recursos de pronta disponibilidad, y en el pasivo circulante las obligaciones a corto plazo, las cuentas que integran estos grupos son las que determinan la liquidez y la capacidad de pago.*

-Estabilidad: La estabilidad de la empresa radica fundamentalmente en la estructura de capital, que es la proporción que existe entre las aportaciones hechas por accionistas también llamado capital propio y capital de terceros o capital ajeno a la empresa. *La estabilidad es la capacidad de la empresa de hacer frente a sus compromisos en el mediano y largo plazo.*

-Rentabilidad: La rentabilidad es la razón de ser de toda empresa. Nos indica la renta o el retorno que los accionistas perciben a cambio de la inversión, riesgo y esfuerzo que desarrollan.

-Productividad: La productividad es el hacer más productos con los mismos insumos materiales y financieros, es una cualidad de las más importantes de cara a la competencia cada vez más globalizada que se impone en la actualidad.

-Eficiencia: Es el hacer más con menos, es el tener una planta productiva que cada vez realiza más productos o servicios con menos insumos, esto es un proceso que parte de la reingeniería, y muy relacionada con la productividad.

-Eficacia: Es el llegar a los objetivos y lograr resultados, deseablemente acompañadas de la eficiencia.

Formas de Análisis Financiero

Clasificación del análisis financiero: Ya que tenemos idea de lo que es el análisis financiero podemos clasificarlo de la siguiente manera:

1.- Cuantitativo: Es el análisis o interpretación de las cifras absolutas y relativas de los estados financieros. Este a su vez se puede dividir en:

(2) Lawrence D. Schall/Charles W. Haley. Administración Financiera, Ed. Mc. Graw Hill, México 1983, Pág. 410.

a) Método vertical: Compuesto por las Razones Simples.

b) Método horizontal: Compuesto por las Razones Estándar.

c) Método gráfico: Compuesto por el análisis de gráficas.

2.-Cualitativo: Estudio de políticas de ventas, producción, administración y estrategias. Puede ser un estudio total o parcial de los estados financieros de la empresa.

3.-Interno o Externo: Puede ser realizado por el personal de la empresa o bien por las personas contratadas para el estudio de los estudios financieros.

Para casos prácticos nos vamos a centrar en el aspecto cuantitativo.

Método vertical

Las razones simples que desglosan los aspectos financieros de una empresa son los siguientes:

Razones que estudian la **Solvencia:**

Razón:	Fórmula:
1) Circulante	activo circulante /pasivo circulante
2) De liquidez	AC-Inventarios/pasivo circulante

Razones que estudian la **Estabilidad:**

Razón:	Fórmula:
3) De capital ajeno	pasivo total/capital contable
4) De deuda a corto plazo a capital propio	pasivo circulante/capital contable
5) De deuda a largo plazo a capital propio	pasivo a largo plazo/capital contable
6) De proporción de activo fijo en relación al capital propio	activo fijo/capital contable
7) De proporción de capital contable en relación al capital social	capital contable/capital social

Razones que estudian el **Ciclo Económico:**

Razón:	Fórmula:
8) Rotación de cuentas por cobrar por	ventas netas de crédito+IVA/cuentas cobrar
9) Rotación de inventarios	costo de ventas/inventarios
10) Rotación de cuentas por pagar	proveedores+IVA/cuentas por pagar

Razones que estudian **Convertibilidades**:

Razón:	Fórmula:
11) Velocidad del cobro	$360/\text{rotación cuantas por cobrar}$
12) De la velocidad de pago	$360/\text{rotación cuentas por pagar}$

Razones que estudian las **Ventas**:

Razón:	Fórmula:
13) Relación ventas a capital contable	$\text{ventas netas}/\text{capital contable}$
14) Ventas netas a capital de trabajo	$\text{ventas netas}/\text{capital de trabajo}$
15) De proporción de ventas netas en relación al activo fijo	$\text{ventas netas}/\text{activo fijo}$

Razones que estudian la **Rentabilidad**:

Razón:	Fórmula:
16) Margen neto	$\text{utilidad neta}/\text{ventas netas}$
17) Rentabilidad del capital	$\text{utilidad neta}/\text{capital contable}$
18) Rentabilidad de la inversión	$\text{utilidad neta}/\text{activo fijo}$

Método horizontal

Al método horizontal también se le llama dinámico, el cual relacionado con los sistemas de análisis que se basan en los datos proporcionados por los estados financieros de la empresa, basándose en la comparación de los estados que reflejan los cambios sucesivos durante varios ejercicios. Analizando estos cambios se podrá predecir de alguna forma lo que puede suceder en ejercicios futuros y con esto planear alternativas para efectuar un mayor control.

Los métodos de análisis son los siguientes:

***Razones Estándar:** Son la medida de comparación contra una razón simple del último ejercicio y se clasifican en:

a) Razones estándar internas: Son las que se aplican en la compañía y no normalmente se toman los 4 ejercicios anteriores, aplicándose a los costos de producción, distribución, rentabilidad, liquidez, etc. Sirven como medida de control presupuestal y son utilizados para fijar alcances en auditorías internas y externas.

1.- Su fórmula es: $\text{Liquidez} = \frac{\text{Activo circulante} - \text{Inventarios}}{\text{Pasivo a corto plazo}}$.

2.- La fórmula es: $\text{Apalancamiento o Endeudamiento} = \frac{\text{Pasivo a largo plazo}}{\text{capital contable}}$.

3.- La siguiente fórmula es: $\text{Rentabilidad} = \frac{\text{Utilidad neta}}{\text{ventas netas}}$.

Para todas las fórmulas anteriores, es necesario hacer un análisis comparativo con respecto a los ejercicios inmediatos anteriores, si es posible de los últimos cuatro años para poder determinar si el nivel de endeudamiento de la compañía ha aumentado o disminuido en relación con los años anteriores.

b) Razones estándar externas: Sirven como base de medición de una compañía analizada contra cuatro o cinco similares. Aquí son razones simples de un mismo ejercicio. Estas razones son utilizadas por:

- *Bancos
- *El fisco en auditorías
- *Acreedores y proveedores
- *Sindicatos
- *Despachos contables independientes

Método gráfico

Finalmente, este es el complemento al análisis financiero de una empresa que consiste en comparar varios ejercicios y así lograr un razonamiento más adecuado, respecto al desarrollo de las empresas y sus expectativas. Este es el método más didáctico y comprensible de todos, debido a la facilidad de comprender el comportamiento de las gráficas, ya sean histogramas o bases de datos, a través de sus datos que se comparan entre sí.

3.3. ANÁLISIS FODAS

FODAS (en inglés *SWOT*) son las siglas usadas para referirse a una herramienta analítica que permite trabajar con toda la información que se

posee de un negocio, y es útil para examinar Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas que existen en él.

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

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

Lo anterior significa que el análisis FODAS consta de dos partes: una interna y otra externa.

*La parte interna tiene que ver con las fortalezas y las debilidades de su negocio, aspectos sobre los cuales se tiene algún grado de control.

*La parte externa mira las oportunidades que ofrece el mercado y las amenazas que debe enfrentar su negocio en el mercado seleccionado.

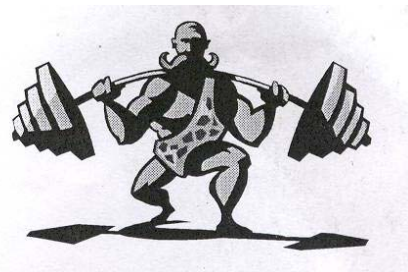
EJEMPLO DEL ANÁLISIS FODAS (NECESARIO PARA BUSCAR LOS PUNTOS FUERTES Y DEBILES, LAS OPORTUNIDADES Y LAS AMENAZAS DE UNA COMPAÑÍA).

PUNTOS FUERTES INTERNOS POTENCIALES

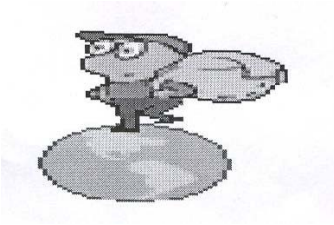



- Nuevas y mejores campañas de publicidad.
- Excelente innovación de productos.
- Dirección capaz.
- Posición ventajosa en la curva de experiencia.
- Buena capacidad de fabricación.

PUNTOS DÉBILES INTERNOS POTENCIALES



- Líneas demasiado limitadas.
- Mala imagen y red de distribución en el mercado.
- Operaciones de mercadotecnia ineficaces.
- Incapacidad de fincar los cambios necesarios en la estrategia.
- Costos unitarios generales, más altos en relación

<ul style="list-style-type: none"> ○ Habilidades tecnológicas superiores. ○ Capacidades fundamentales en las áreas clave. ○ Adecuados recursos financieros. ○ Buena imagen a los compradores. ○ Reconocido líder en el mercado. ○ Estrategias de las áreas funcionales bien ideadas. ○ Acceso a economías de escala. ○ Aislamiento (por lo menos hasta cierto grado) de las fuertes presiones competitivas. ○ Ventajas en costos. 	<p>con los competidores clave.</p> <ul style="list-style-type: none"> ● No hay una dirección estratégica clara. ● Instalaciones obsoletas. ● Rentabilidad inferior al promedio porque... ● Falta de talento y desempeño gerencial. ● Falla de algunas habilidades o capacidades clave. ● Seguimiento deficiente al implementar la estrategia. ● Abundancia de problemas operativos. ● Atraso en investigación y desarrollo.
<p>OPORTUNIDADES EXTERNAS POTENCIALES</p>  <ul style="list-style-type: none"> ▪ Gran diversidad de productos relacionados. ▪ Integración vertical (hacia delante y hacia atrás) ▪ Eliminación de barreras comerciales en mercados foráneos atractivos. ▪ Complacencia entre las compañías rivales. ▪ Rápido crecimiento en el mercado. ▪ Capacitación de nuevos grupos de clientes. 	<p>AMENAZAS EXTERNAS POTENCIALES</p>  <ul style="list-style-type: none"> ➤ Vulnerabilidad a la sucesión y ciclo empresarial. ➤ Creciente poder de negociación de clientes o proveedores. ➤ Cambio en las necesidades y gustos de los compradores. ➤ Crecimiento lento en el mercado. ➤ Cambios demográficos adversos. ➤ Entrada de competidores foráneos con costos menores. ➤ Incremento en las ventas de productos sustitutos.

3.4. DIMENSIÓN DEL POTENCIAL EXPORTADOR EN EL MERCADO META Y SU COMPETITIVIDAD

Antes de que una empresa se inicie a la aventura de la exportación tiene que tomar en cuenta lo siguiente:

- a) El análisis de competitividad; es decir, el contar con un producto exportable.
- b) La exploración de mercados internacionales que consiste en determinar a dónde exportar y cómo hacerlo.
- c) La administración de ventas, a través de la cual se presenta el producto o servicio orientado a convencer al cliente y cerrar la operación.
- d) La logística de exportación, a través de la cual se determinan las actividades encaminadas a llevar nuestro producto al mercado meta, tales como, embalaje, transporte, tramitología, aduanas, seguros y formas de pago internacionales.

Todos los puntos anteriores son indispensables, por el momento vamos a prestar atención al primero de ellos que es el análisis de competitividad. Este

consiste en elaborar un estudio que contenga nuestro perfil de fuerzas y debilidades en comparación a los estándares regionales, nacionales e internacionales, denominado Análisis del Potencial Exportador que contempla los siguientes aspectos:

a) Diagnóstico de la empresa: Este diagnóstico comprende las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas; la estructura organizacional para la exportación; el proceso productivo; y la situación financiera de la empresa.

b) Análisis del producto: Los aspectos en los que existe la necesidad de enfocarse son; las características; las materias primas y proveedores; el envase y el embalaje para exportar; permisos, licencias, impuestos, certificados y cuotas; adecuación del producto para la exportación; costos domésticos de producción; y la formación del precio de exportación.

c) Orientación inicial con respecto a posibles mercados meta: Indicadores básicos del mercado meta; regulaciones internacionales; el consumo aparente; los aranceles y barreras no arancelarias.

La dimensión del potencial exportador se refleja en un documento conocido como análisis de la capacidad exportadora de la empresa que cuenta con la siguiente información:

a) Con respecto al producto: En él se plasman aspectos muy importantes como los análisis de costos directos e indirectos; la fijación de precios de exportación; el volumen exportable; la estacionalidad en la demanda y producción; la calidad del producto; el diseño; los insumos; el envase y el embalaje; las normas y regulaciones nacionales e internacionales; promoción y publicidad; y el sistema de comercialización.

b) Con respecto a la capacidad exportadora de la empresa: Capacidad financiera; organización hacia la exportación; capacitación y conocimiento de los procesos para la comercialización en el ámbito internacional; la tecnología de los medios de producción; y el análisis de las características del mercado interno con relación a la exportación.

3.5. LA OFERTA EXPORTABLE

Cuando se quiere exportar, a parte de analizar nuestra empresa, se tiene que analizar al mercado meta y el producto en cuestión, en este caso el Tequila. Debemos de hacer uso de todas las herramientas que tengamos a la mano para poder tener la información necesaria para que nuestro producto tenga el éxito esperado, entre las herramientas más usadas tenemos al Internet que con el solo hecho de oprimir un botón podemos tener acceso a cualquier parte del mundo, además de proporcionarnos la información que requerimos al momento. Por otra parte, en nuestro país se tienen instituciones gubernamentales encargadas a dar información a los iniciadores en el

Comercio Exterior, tal como, Bancomext y NAFINSA que pueden darle a cualquier principiante en el Comercio Exterior la orientación exportadora o importadora necesaria.

Ya que tenemos la información necesaria nos podemos enfocar solamente a las cuestiones que tienen que ver solo con el producto (producción, logística, consumidor, mercadotecnia), por lo que tenemos la oportunidad de realizar un estudio producto-meta que nos ayude a dirigir nuestra oferta exportable. La información básica que debe contener dicho estudio es:

- a) **Respecto al producto:** El análisis de costos directos e indirectos; la fijación de precios de exportación; el volumen exportable; la situación en la demanda y producción; la calidad del producto; el diseño; los insumos; el envase, el embalaje y etiquetas; las normas y regulaciones gubernamentales mexicanas; promoción y publicidad.
- b) **Respecto al mercado:** El volumen y el valor; las tendencias; la segmentación; la distribución geográfica; la competencia; (empresas, marcas, precios, presentación de los productos, y la participación del mercado); promoción y publicidad; usos y costumbres; presentación del producto; envase y embalaje; normas y estándares.
- c) **Respecto a los canales de distribución:** Se requiere determinar cual será el tipo de venta a utilizar entre las más comunes que tenemos; introductores o importadores; mayoristas o medio mayoristas; tiendas de autoservicio; cadenas de autoservicio; cadenas de supermercados; representación y franquicias; la posibilidad de instalar una filial en el mercado meta.
- d) **Respecto al consumidor:** Se debe analizar el perfil del consumidor; segmentos y estatus social; hábitos y tendencias de consumo; los medios promocionales para ese perfil de consumidor. Además, se deberá considerar lo siguiente: información geográfica, económica, política y cultural del mercado meta; el Producto Interno Bruto; la Balanza Comercial; el ingreso y consumo per cápita; inflación; áreas económicas; inversión nacional y extranjera; crecimiento demográfico; población urbana y rural; aspectos culturales que se deben considerar en la introducción y la comercialización del producto, así como, en la negociación comercial.

Historia del tequila

El Tequila es un aguardiente elaborado en varias regiones de México, mediante la destilación del mosto fermentado que se obtiene del corazón de una planta conocida como el "agave azul". A este corazón de la planta, semejante a una gigantesca piña, se le denomina también "mezcal", que en náhuatl quiere decir "la casa de la luna", para significar el meollo, la esencia, el centro, etc. Se trata

de un producto del encuentro de dos mundos, pues utiliza una técnica originaria del continente europeo para transformar una materia muy antigua y característica de nuestro país. En México, a partir de algún tipo de los doscientos agaves diferentes con que se cuenta, se obtienen en ciertos lugares otras bebidas de aguardiente "similares", que reciben el nombre genérico de mezcal y toman el apellido de la población donde nacen. De esta manera, tenemos el mezcal de Oaxaca, el de Cotija, el de Quitupan, el de Tonaya, el de Tuxcacuesco y el de Apulco.

Por otra parte, no cabe duda que el más famoso de todos es el mezcal de Tequila, cuyo nombre se debe a una antigua y dinámica población que se encuentra a las cercanías de Guadalajara, en el camino de esta ciudad hacia el norte y hacia el otro lugar muy concurrido puerto de San Blas de Nayarit, en la costa del Pacífico. En sus alrededores, y por todo el terreno que correspondía durante la época colonial al Corregimiento de Tequila, se da muy bien el agave azul, y en muchas partes se yerguen grandes y pequeñas fábricas del prestigiado licor conocido antes de la simplificación publicitaria como "vino de mezcal de Tequila".

Por una razón u otra, el Tequila se considera ahora una bebida alcohólica "mexicana por excelencia", así como los mariachis, los charros y los tacos constituyen en el extranjero el estereotipo de los mexicanos y de todos los que vivimos en este país. De hecho, ahora el mariachi se viste de charro y no se concibe bebiendo otra cosa que no sea tequila y comer algo más que tacos.

Debe haber sido a mediados del siglo XVI cuando algún español desesperado empezó a fabricar mezcal en tierras pertenecientes a Tequila, dada la abundancia de agaves azules en la comarca y el enorme valor que tenía para su vida cotidiana, pues las hojas de la planta eran aprovechadas para fabricar agujas, punzones, alfileres y clavos, hacer buenas cuerdas, elaborar papel y un cierto tipo de recipientes. Además de utilizarse las pencas secas como combustible, sus cenizas se usaban como jabón o detergente y su savia para la curación de heridas. En realidad, lo que se aprovechaba menos era el propio mezcal. Resulta probable que, una vez conocido, los antiguos lo emplearon como golosina y que, al percibir su altísimo contenido de azúcares, los españoles hayan descubierto su destilación. Sin embargo, ese descubrimiento no fue precisamente aplaudido por las autoridades.

El gobierno español prohibió desde su inicio la fabricación de productos americanos que pudieran hacerle la competencia a los exportados de España, por lo que el tequila tuvo que hacerse clandestinamente desde el principio, hasta que, dado el volumen que alcanzó su producción y lo necesitado que estaba el gobierno de dinero, éste optó, a mediados del siglo XVII, a autorizarla y cobrar un impuesto compensatorio. Gracias a ello, el erario público pudo sufragar las primeras obras importantes para introducción de agua potable a la

ciudad de Guadalajara y, años después, patrocinar la construcción del palacio donde aún hoy despachan los gobernantes del estado de Jalisco.

Debido a la fabricación de Tequila en el camino a San Blas, a mediados del siglo XVIII, el puerto empezó a cobrar cierta importancia, pues desde ahí se abastecía a las nuevas colonias españolas en el Noroeste de México, el "vino mezcal de esta tierra" se convirtió en el primer producto elaborado de exportación de lo que hoy es el estado de Jalisco. El mezcal de Tequila ayudó a los españoles a sobrellevar las soledades de aquellas tierras septentrionales, y a jesuitas y franciscanos, sucesivamente, a que los indios colonizados, con fines de catequización, se sintiesen de vez en cuando más contentos y soportasen con mayor resignación y paciencia el sometimiento a un régimen de vida inhumano.

Con la consumación de la Independencia en 1821, los licores españoles empezaron a tener mayores dificultades para llegar a México, lo cual dio oportunidad a que los fabricantes de Tequila incrementaran sus ventas en la misma Guadalajara e iniciaran su comercialización en la ciudad de México y todo el centro del país. Al acercarse la primera mitad del siglo XIX, algunas marcas habían adquirido cierta importancia y los productores empezaban a ejercer ya una notable influencia política.

Fue entonces cuando, de nueva cuenta, gracias a su más fácil acceso al puerto de San Blas, fue posible que la venta de Tequila aumentara otra vez; ahora con cargo a los buscadores y explotadores del oro, el cual desde 1849 empezó a descubrirse en la Alta California sin importar que, justamente un año antes, esta tierra hubiese sido arrebatada a México por parte de los Estados Unidos de América. Así, cuando se produjo en México, a partir de 1857, la gran guerra civil que acabaría por liquidar el viejo orden social heredado de la dominación española, los productores de Tequila tenían conciencia de lo que convenía a su industria y no cejaron en apoyar a los liberales hasta que éstos alcanzaron el triunfo. Por cierto que cuando en 1867 esto ocurrió, fue precisamente un distinguido fabricante de Tequila quien asumió el poder del estado de Jalisco, luego que también fueron vencidos los franceses que Napoleón III había enviado en apoyo de los conservadores.

Sin embargo, al finalizar el siglo XIX y comenzar el XX el Tequila tuvo como su principal enemigo al ferrocarril norteamericano que llevaba con facilidad los aguardientes europeos de costa a costa, además de la preferencia por todo lo francés que se sentía en la clase alta mexicana. De ese modo, sólo entre el "pueblo" podían encontrarse bebedores del Tequila, a pesar de eso el consumo del Tequila se incrementó.

Fue la Revolución Mexicana la que, a fin de cuentas, predijo una nueva actitud que redundó a favor del Tequila. A partir del derrocamiento de la

dictadura encabezada por el general Porfirio Díaz, el afrontamiento pasó por igual a ser del pasado y el país entero se volcó a buscar expresiones y costumbres con el fin de crear el fortalecimiento de la nacionalidad mexicana.

El beber Tequila en vez de otros aguardientes importados fue un gesto nacionalista, pues el propio gobierno favoreció, a conciencia, una imagen del Tequila casi como un símbolo del mismo Estado Nacional. También contribuyó, a este fin, la industria cinematográfica mexicana, exitosa en los años treinta, cuarenta y cincuenta, creando un estereotipo del hacer y ser de los mexicanos.

Asimismo, el auge petrolero producido en ese tiempo en la costa del Golfo de México, pudo coadyuvar al consumo del Tequila gracias a los cilíndricos envases de medio litro, fáciles de manejar y transportar y que tanto se vieron después en las pantallas de los cinematógrafos. A partir de 1940 la industria del Tequila estuvo lista, pues, para suplir al whisky, el cual dejaría de llegar a Estados Unidos debido a la Segunda Guerra Mundial; la exportación de Tequila alcanzó entonces niveles insospechados.

A partir de 1950 la producción de Tequila gozó de una mejor técnica productora. Muchas fábricas, sin detrimento de la calidad, alcanzaron índices altos de rendimiento e higiene, además de que algunas marcas resultaron más accesibles a las gargantas comunes por ser de menos graduación. Por otro lado, se descubrió también que la región apta para cosechar el agave azul podía ser mayor, sin perjuicio del producto, de manera que el crecimiento del mercado logrado después pudo ser atendido debidamente.

Sin embargo, debe lamentarse el hecho de que en varios países se falsifique el Tequila sin que sus gobiernos parezcan preocuparse por ello, no obstante que, según el espíritu de convenio y acuerdos internacionales -entre los que destaca el acuerdo de Lisboa-, nuestra bebida sólo puede fabricarse legítimamente en una región determinada de México.

Definición del tequila

El Tequila es una bebida alcohólica regional obtenida por destilación y rectificación de mostos, preparados directa y originalmente del material extraído, dentro de las instalaciones de la fábrica, derivado de la molienda de las cabezas maduras del agave, previa o posteriormente hidrolizadas o cocidas, y sometidos a fermentación alcohólica con levaduras, cultivadas o no, siendo susceptible de ser enriquecido por otros azúcares hasta en una proporción no mayor al 49%, en la inteligencia de que no están permitidas las mezclas en el frío. El Tequila es un líquido que, de acuerdo a su tipo, es incoloro o amarillento cuando es madurado en recipientes de madera de roble

o encino, o cuando se aboque sin madurarlo. Al igual que el mezcal se elabora a base del jugo extraído del agave, en particular el llamado agave azul, con denominación de origen en cinco estados de la república mexicana (Guanajuato, Michoacán, Tamaulipas, Nayarit y por supuesto en todo el Estado de Jalisco, ya que en los cuatro anteriores solo se puede producir en algunos municipios).

El nombre Tequila es una denominación de origen controlado, alrededor del mundo, y que designa el licor de agave elaborado en regiones determinadas de México, en las inmediaciones de las localidades de Tequila y Amatitán y otros municipios de Jalisco.

El Tequila se prepara de dos maneras distintas: la artesanal o tradicional y la manera industrial para la gran distribución. La elaboración artesanal todavía se practica en las regiones tradicionales de producción por los pequeños productores, aunque el producto obtenido es de calidad más variable, el precio potencialmente más elevado y las cantidades de dicho producto son considerablemente menores.

Elaboración

1. La elaboración de tequila parte del cultivo de agave en el Territorio de Denominación de Origen (TDO). La primera tarea es la selección de la especie Agave "TEQUILANA WEBER": variedad azul, para ser plantados únicamente en el TDO, zona protegida por la Declaración General de Protección a la Denominación de Origen; estos hijuelos deben estar libres de enfermedades y con una altura aproximada de 50 cm.

2. El ciclo de la planta es de aproximadamente de 7 a 10 años, plazo en el que alcanza su plena madurez; es decir, cuando es capaz de aportar las mejores mieles, y está lista para la jima.

3. La jima consiste en cortar las hojas de la planta al ras de la base, para dejar únicamente la cabeza o corazón de agave.

4. El proceso de fabricación se inicia con el cocimiento y la molienda de las piñas de agave.

El cocimiento se realiza con vapor de agua a presión, ya sea en los tradicionales hornos de mampostería o en autoclaves. El tiempo de cocimiento es más largo en hornos de mampostería (48 horas) que en autoclaves (12 horas). La finalidad de esta etapa es convertir la inulina (azúcar del agave) en azúcares como fructuosa y sacarosa, los cuales son de fácil fermentación y hábil procesamiento.

Al terminar el cocimiento, el agave cocido se transporta a molinos donde se corta en pequeños pedazos de algunos centímetros.

5. Extracción de mieles y residuos de bagazo: Para extraer las mieles del agave cocido se aplica agua a presión al bagazo y luego se exprime en bandas transportadoras. Las mieles son entonces separadas para continuar el proceso industrial, mientras que el bagazo exprimido sale del mismo.

Las mieles extraídas del agave cocido son captadas en depósitos y transportadas por tuberías a las tinas de formulación (para la elaboración de tequila) o de fermentación (para la elaboración de Tequila 100 % de agave), según sea el caso.

6. La formulación consiste en mezclar las mieles de agave, mínimo 51 % con un preparado de otras mieles, (azúcar estándar, piloncillo, glucosa, fructuosa, melaza, etc.), no más del 49 % para posteriormente ser fermentadas.

7. La fermentación es una de las etapas más importantes del proceso, ya que es aquí donde se lleva a cabo la transformación de los azúcares en alcohol etílico, y otros productos en menores proporciones. La fermentación se lleva a cabo en grandes tinas de acero inoxidable, las cuales son cargadas con las mieles también llamadas mostos. A estos se les agrega agua, levaduras y nutrientes para la fermentación.

El tiempo de fermentación varía de acuerdo con la temperatura del ambiente, y esta a su vez cambia con cada época del año. Sometida a bajas temperaturas en invierno, la fermentación se prolonga más de 24 horas. Este proceso tiene un patrón similar a la curva de desarrollo de cualquier microorganismo, presentando al principio un crecimiento exponencial, una segunda fase lineal y un último estadio de decrementos. Los productos de cualquier fermentación son el alcohol, bióxido de carbono, agua y energía que se desprende en forma de calor. El mosto en plena fermentación es efervescente, y el movimiento cesa cuando las levaduras terminan su trabajo. En ese momento finaliza el proceso y se acostumbra decir que el mosto está *muerto*, las levaduras han terminado la conversión de azúcar en alcohol.

8. La destilación es el procedimiento por el cual los fermentos son separados, mediante calor y presión, en productos de riqueza alcohólica (tequila) y vinazas; estas últimas constituyen un producto de desecho. En la destilación los fermentos son transportados por tuberías a los alambiques de destilación, donde se calientan a altas temperaturas. La destilación se efectúa en alambiques de cobre o acero inoxidable, e incluso en torres de destilación continua. Los alambiques comunes constan de tres partes: la olla o caldera, donde se deposita el mosto para su calentamiento; la columna o capitel, que recoge y conduce los vapores, y el serpentín, en el que se enfrían los vapores y se vuelven líquidos. Los puntos de ebullición de los diferentes compuestos y los diversos volúmenes y presiones del alambique ayudan a la separación de gases, que se condensan en productos de mayor riqueza alcohólica.

En la elaboración del tequila son necesarias dos destilaciones, la primera llamada *destronamiento* y la segunda, *rectificación*. Con la rectificación se incrementa la riqueza alcohólica y se eliminan los productos indeseables,

obteniendo un producto de mayor pureza. Al tequila que se recibe del destronamiento o primera destilación se le llama “tequila ordinario”, y el que termina la segunda destilación o rectificación es considerado como “tequila blanco”. Además de las vinazas, existen otros subproductos del inicio y final de la destilación conocidos como “cabezas” y “colas”, respectivamente.

En términos generales, el Tequila obtenido en la destilación, puede tener los siguientes destinos:

- Dilución y envasado como Tequila Blanco.
- Venta de Tequila a granel (aplicable únicamente para la categoría “Tequila”).
- Abocamiento y envasado como Tequila Joven u Oro.
- Maduración y envasado como Tequila Reposado.
- Maduración y envasado como Tequila Añejo.
- Maduración y envasado como Tequila Extra Añejo.

Clasificación

De acuerdo a las características adquiridas en procesos posteriores a la destilación, el Tequila se clasifica en:

Tequila blanco.- Producto cuyo contenido alcohólico comercial debe, en su caso, ajustarse con agua de dilución. Llamado *Silver* en inglés.

Tequila joven u oro.- Producto susceptible de ser *abocado*, su contenido alcohólico comercial debe, en su caso, ajustarse con agua de dilución. El resultado de las mezclas de Tequila blanco con Tequilas reposados y/o añejos y/o extra añejo, se considera como Tequila joven u oro.

Se entiende por *abocado*, el procedimiento para suavizar el sabor del Tequila, mediante la adición de uno o más de los siguientes ingredientes: color caramelo, extracto de roble o encino natural, glicerina y jarabe a base de azúcar. Llamado *Gold* en inglés.

Tequila reposado.- Producto susceptible de ser *abocado*, sujeto a un proceso de maduración de por lo menos dos meses en recipientes de madera de roble o encino. Su contenido alcohólico comercial debe, en su caso, ajustarse con agua de dilución.

Se entiende por Maduración del Tequila la transformación lenta del producto que le permite adquirir características sensoriales adicionales, obtenidas por procesos fisicoquímicos que en forma natural tienen lugar durante su permanencia en recipientes de madera de roble o encino.

El Tequila reposado debe madurarse en recipientes de madera de roble o encino por lo menos dos meses.

El resultado de las mezclas de Tequila reposado con Tequilas añejos o extra añejos, se considera como Tequila reposado.

Tequila añejo.- Producto susceptible de ser abocado, sujeto a un proceso de maduración de por lo menos un año en recipientes de madera de roble o encino, cuya capacidad máxima sea de 600 litros, su contenido alcohólico comercial debe, en su caso, ajustarse con agua de dilución.

Para el Tequila añejo el proceso de maduración debe durar, por lo menos, un año en recipientes de madera de roble o encino, cuya capacidad máxima sea de 600 litros.

El resultado de las mezclas de Tequila añejo con Tequila extra añejo se considera como Tequila añejo. Llamado *Aged* en inglés.

Tequila extra añejo.-Producto susceptible de ser abocado, sujeto a un proceso de maduración de por lo menos tres años, sin especificar el tiempo de maduración en la etiqueta, en contacto directo con la madera de recipientes de roble o encino, cuya capacidad máxima sea de 600 litros, su contenido alcohólico comercial debe, en su caso, ajustarse con agua de dilución. Llamado *Extra-aged* en inglés.

Envasado y etiquetado

El envasador de Tequila debe demostrar, en todo momento, que el producto no ha sido adulterado desde su entrega a granel hasta el envasado final del mismo. El Tequila se debe envasar en recipientes nuevos de tipo sanitario, elaborados con materiales inocuos y resistentes a las distintas etapas del proceso, de tal manera que no reaccionen con el producto o alteren sus características físicas, químicas y sensoriales.

La capacidad de cada envase no puede ser mayor de 5 litros y en ningún caso se pueden usar envases con marcas que no sean propiedad del Productor Autorizado o envasador aprobado en los términos de este proyecto de la **Norma Oficial Mexicana (NOM)**.

NORMA OFICIAL MEXICANA (NOM)

La NOM establece las características y especificaciones que deben cumplir los usuarios autorizados para producir, envasar y comercializar un producto en el territorio mexicano. Esta norma establece la Denominación de origen del Tequila, cuya titularidad corresponde al Estado Mexicano en los términos de la Ley de Propiedad Industrial. La emisión de la NOM es necesaria, de conformidad con el punto 2 de la Declaración General de Protección a la Denominación de Origen "Tequila", publicada en el Diario Oficial de la Federación el 13 de octubre de 1977 y con la fracción XV del Artículo 40 de la Ley Federal sobre Metrología y Normalización.

Requisitos para la obtención del número de registro para uso de la contraseña oficial NOM

- Dictamen Técnico para tequila y/o tequila 100% de agave emitido por la Unidad de Verificación del CRT.
- Autorización para producir tequila y/o tequila 100% de agave emitida por la Dirección General de Normas, DGN.
- Número de Registro que se usará con la contraseña oficial, el cual emite el CRT sobre la base de los documentos antes mencionados y con fundamento en el artículo 76 de la Ley Federal sobre Metrología y Normalización, LFMN y la Norma Oficial Mexicana NOM-106-SCFI-2000, así como con el punto 11.1 inciso i) y punto 11.2.2 de la Norma Oficial Mexicana NOM-006-SCFI-1994, Bebidas alcohólicas-Tequila-Especificaciones.
- Obtener la autorización para usar la Denominación de Origen Tequila de parte del Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial, IMPI, la cual se obtiene una vez logrado el registro para el uso de la contraseña oficial (NOM).

Etiquetado del tequila

Las etiquetas son marbetes, rótulos o inscripciones que se necesitan para describir, diferenciar y analizar las características de los productos que se ofrecen en el mercado. En ellas se sientan datos diferenciales entre una amplia gama de productos competidores en dicho mercado, pues en muchas ocasiones son estas las que atraen a los consumidores, pues con el simple hecho de ver la etiqueta saben de qué producto están hablando y cual de ellos es el que satisface en mayor proporción sus necesidades.

El Código Fiscal de la Federación establece en su Artículo 3º, la definición de conceptos en su fracción IV, en lo que a materia fiscal se conoce como:

“Marbete: Es el signo distintivo de control fiscal, que se adhieren a los envases que contengan bebidas alcohólicas con capacidad que no excedan de 5,000 mililitros”, y en su fracción V señala:

“Precinto: Son los signos significativos de control fiscal que se adhieren a los recipientes que contengan bebidas alcohólicas que excedan de 5,000 mililitros”.
(3)

Marcado y etiquetado.

Cada envase debe ostentar una etiqueta legible que contenga la siguiente información en idioma español, la cual debe ser veraz y no inducir al error al consumidor con respecto a la naturaleza y características del Tequila:

- a) La palabra “Tequila”.
 - b) Categoría y clase a las que pertenece.
 - c) En su caso, el nombre del sabor o aroma añadido.
 - d) Contenido neto expresado en litros o mililitros, conforme a la NOM-030-SCFI-1993
 - e) El contenido alcohólico expresado en por ciento de alcohol en volumen a 20°C, que debe abreviarse “% Alc. Vol.”.
 - f) Nombre o razón social del Productor Autorizado o de la fábrica donde el Tequila es producido y, en su caso, del envasador aprobado.
 - g) Domicilio del Productor Autorizado o de la fábrica donde el Tequila es producido y, en su caso, del envasador aprobado.
 - h) Nombre de la Marca registrada seguida de los símbolos ® o “MR”.
 - i) La leyenda HECHO EN MÉXICO, PRODUCTO DE MÉXICO, ELABORADO EN MÉXICO, u otras análogas.
- (3) Prontuario Fiscal, Código Fiscal de la Federación 2003, Ed. Thomson, pág. 979.

- j) Contraseña oficial, conforme a la NOM-106-SCFI-2000.
- k) Lote: cada envase debe llevar grabada o marcada la identificación del lote a que pertenece, con una indicación en clave. La identificación del lote que incorpore el Productor Autorizado o envasador aprobado no debe ser alterada u oculta de forma alguna.
- l) Las leyendas precautorias establecidas en la legislación sanitaria.
- m) Cualquier otra información exigida por otras disposiciones legales aplicables a bebidas alcohólicas.

Elaboración artesanal

La elaboración del tequila artesanal difiere cualitativamente de su análogo industrial en varios puntos, puesto que es mucho mejor en sabor.

- Existen productores artesanales que jiman y producen. La relación entre el productor y el cultivador suele ser más estrecha.
- El cocimiento se efectúa en un horno especial, durante 48 horas.
- La molienda desde el principio ha sido asistida por maquinaria, aunque la diferencia sustancial suele ser la talla de éstas.
- La fermentación se efectúa en tinajas de fermentación de talla reducida, más expuestas a las variaciones de temperatura, lo cual provoca que el resultado final sea menos predecible.

DENOMINACIÓN DE ORIGEN DEL TEQUILA

La denominación de origen para esta bebida, proviene de la región de Tequila, ubicada en el Estado de Jalisco, México. Notas cronológicas sobre la historia de la Denominación de Origen del Tequila:

- Existen referencias desde 1943 acerca de ciertas gestiones por parte de los industriales de la región, para proteger el nombre de "Tequila" y obtener la exclusividad de su uso. Los argumentos se centran en una larga historia que asocia a la industria y la región (región, pueblo, cerro) con esta bebida que también se ha ganado el apelativo de *bebida nacional*.
- En 1958 México suscribe el *Arreglo de Lisboa* relativo a la protección de las denominaciones de origen y su registro internacional.
- En la década de los sesenta y años siguientes, cuando el tequila era relativamente famoso en el mundo, en algunos países (Japón y España, principalmente) se comenzaron a fabricar aguardientes a los que les llamaron *Tequila*.
- En 1972 se reforma la ley mexicana de la propiedad industrial capítulo X, título tercero, referente a las denominaciones de origen.
- El 27 de septiembre de 1973 la CRIT presenta la solicitud a la SIC para que emita la Declaración General de Protección de la denominación de origen "Tequila".
- El 22 de noviembre se resuelve favorablemente la mencionada solicitud y se publica en el Diario Oficial de la Federación Mexicana el 9 de diciembre de 1974.
- Se establece un convenio entre México y los Estados Unidos mediante el cual México está de acuerdo en impedir el uso del nombre "Bourbon" dentro de su territorio y los Estados Unidos reconocen al Tequila como producto distintivo y exclusivo de México.
- En el *Federal Register* (5 de diciembre de 1973) se publica un decreto, por medio del cual se reconoce la denominación de origen Tequila. En México, el 6 de mayo de 1974 se publica la resolución que modifica el numeral 2.1.1. de la norma oficial de calidad para whisky, DGN-V-I-1969.
- El 27 de julio de 1974, el Ministerio de Exteriores de Canadá emite un decreto por medio del cual se restringe el uso del nombre Tequila a productos provenientes de México.
- El 20 de septiembre de 1976 tequilera *la Gonzaleña* solicita la ampliación del territorio de denominación de origen hacia algunos municipios de Tamaulipas.
- El 13 de octubre de 1977 se publica en el Diario Oficial del Gobierno Federal de México la resolución favorable a dicha ampliación.
- El 13 de abril de 1978 se obtiene el certificado del registro del Tequila en el *Registre International des Appellations d'Origine* de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (Ginebra, Suiza).
- El 29 de marzo de 1981 la provincia de Québec (Canadá) envió un escrito donde se manifiesta su reconocimiento a la denominación de origen.
- El 29 de octubre de 1982 Dinamarca reconoce la D.O.T.

El territorio protegido por la Denominación de Origen Tequila consiste en aproximadamente 11.8 millones de Hectáreas. Sólo un 3% de la superficie agrícola de este territorio está en la actualidad destinada al cultivo de Agave Tequilana Weber variedad azul.

El territorio protegido comprende 180 municipios en cinco estados:

- a) Todo el estado de Jalisco (124 municipios).

b) Ocho municipios del estado de Nayarit (Ahuacatlán, Amatlán de Cañas, Ixtlán del Río, Jala, Jalisco, San Pedro Lagunillas, Santa María del Oro y Tepic).

c) Siete municipios del estado de Guanajuato (Abasolo, Cd. Manuel Doblado, Cuerámaro, Huanimaro, Pénjamo, Purísima del Rincón y Romita).

d) Treinta municipios del estado de Michoacán (Briseñas de Matamoros, Cabinda, Chilchota, Churintzio, Cotija, Ecuandureo, Jacona, Jiquilpan, Maravatío, Marcos Castellanos, Nuevo Parangaricutiro, Numarán, Pajacuarán, Peribán, La Piedad, Régules, Los Reyes, Azuayo, Tancítaro, Tangamandapio, Tangancicuaro, Tanhuato, Tinguindín, Tocumbo, Venustiano Carranza, Villa Mar, Vista Hermosa, Yurécuaro, Zamora, Zináparo).

e) Once municipios del estado de Tamaulipas (Aldama, Altamira, Antigua Morelos, Gómez Farías, González, Llera, Mante, Nuevo Morelos, Ocampo, Tula y Xicotencatl).

CONSEJO REGULADOR DE TEQUILA

“El Consejo Regulador del Tequila CRT A. C. es una organización interprofesional donde se reúnen desde el 16 de Diciembre de 1993 todos los actores y agentes productivos ligados a la elaboración de Tequila con el fin de promover la cultura y la calidad de esta bebida que se ha ganado un lugar importante entre los símbolos de identidad nacional.

El CRT procura el prestigio del Tequila por medio de la investigación y de estudios especializados, difundiendo todos los elementos que le confieren valor y recrean su cultura.

El CRT cuenta con un sistema de Aseguramiento de Calidad que garantiza la confiabilidad de sus servicios. A partir de Junio de 1999 el CRT obtuvo la certificación ISO - 9002. El haber obtenido el reconocimiento internacional de ISO implica para el CRT un compromiso permanente por mejorar sus procesos y consolidar un cambio de cultura enfocado hacia la calidad.

El CRT no tiene fines de lucro, es de carácter privado, y tiene personalidad jurídica propia. Su alcance es Nacional e Internacional, donde su fin es el de certificar el cumplimiento de la Norma Obligatoria del Tequila.

Con el fin de garantizar la representación del sector tequilero y transparencia en la operación, el CRT integra en su seno a los productores de agave, a los industriales tequileros, a los envasadores, a los comercializadores

y a la representación gubernamental, quienes de manera equilibrada y participativa ayudan a generar credibilidad y confianza, tanto hacia el interior de su representados como hacia el exterior del Consejo". (4)

OBJETIVOS DEL CRT

- Asegurar, a través de la verificación, el cumplimiento de la NOM-TEQUILA.
- Garantizar al consumidor la autenticidad del producto.
- Certificar el cumplimiento de la NOM-TEQUILA salvaguardando la denominación de origen, en México y en el extranjero.

(4) www.crt.org.mx

CAPÍTULO 4. CASO PRÁCTICO. ELABORACIÓN DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA EXPORTAR TEQUILA A LA CIUDAD DE PARÍS, FRANCIA.

En esta parte del trabajo se pondrá en práctica cada uno de los temas desarrollados en los tres capítulos anteriores, con la finalidad de describir detalladamente la evolución del caso práctico, en base a los conocimientos y experiencias adquiridas en la elaboración del mismo.

Una de las principales inquietudes que me llevó a hacer esta investigación es el determinar qué tan benéfica es la exportación en la generación de capital nacional. Tequilera Oliver S. A de C. V se encuentra en vías de expansión y, por lo tanto, necesita buscar más clientes. Es claro que en nuestro país y en el resto del mundo la demanda de Tequila se ha incrementado enormemente, por lo que las marcas de Tequila han aumentado y los precios han disminuido. He ahí la necesidad de conseguir más clientes para poder volvernos más competitivos. Por esa inquietud (de tener a nuestro alcance) la posibilidad de posicionarnos en el mercado internacional, dirigimos nuestra atención a París, Francia.

Actualmente, México tiene firmado un Tratado de Libre Comercio con la Unión Europea, del cual, Francia es parte fundamental. La cultura mexicana se ha difundido en el mundo, debido a razones políticas, deportivas y filmográficas; lo que nos beneficia al querer posicionar nuestro producto en el mercado parisino.

Por otra parte, se busca conocer todos y cada uno de los elementos y condiciones que se requieren para poder llevar a cabo este proyecto. Estos son:

- Conocer el producto.
- Analizar el potencial exportador de una empresa.
- Identificar los trámites y requisitos aduanales.
- Establecer relaciones públicas con clientes extranjeros.

4.1. ANÁLISIS ESTRATÉGICO DE LA EMPRESA Y DETERMINACIÓN DEL PRODUCTO A EXPORTAR

Tequilera Oliver S.A. de C. V surge de la inquietud de un grupo de accionistas mexicanos interesados en poder generar capital a partir del principio de poner el nombre de México en alto y otorgar a sus clientes un buen Tequila con sabor muy mexicano. Tequilera Oliver cuenta con la más alta calidad y distribución de su producto en varios estados de la república mexicana especialmente en el norte del país, el área metropolitana del estado de Jalisco y el Distrito Federal.

Se establece oficialmente el 8 de marzo de 1996, con domicilio fiscal Avenida Guillermo Barroso

No. 1747 Fraccionamiento Industrial Centenario, Municipio de Zapopan, Jalisco México, con RFC: TEOL-960308-m01, siendo una empresa comprometida con la calidad y la alta satisfacción de sus clientes, con 11 años de experiencia en el mercado, quiere iniciar un proyecto de exportación de su producto a Francia, en particular a su capital París, con la esperanza de expandirse y poder tener cavidad en el mercado francés y en un futuro próximo en todo el mercado europeo.

4.1.1. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

Tequilera Oliver S.A de C. V cuenta con una amplia gama de responsables trabajadores que se encargan de llevar a cabo las funciones de la empresa. A continuación se da una lista detallada de todos los departamentos y el número de personas que laboran en ellos:

Departamento	Personal
Asamblea de Accionistas	5 Accionistas
Dirección General	1 Director General 3 Secretarias 1 Recepcionista
Contabilidad	1 Contador 3 Auxiliares Contables
Ventas	2 Gerentes de Ventas 2 Gerentes de Crédito y Cobranza 5 Agentes de Venta 2 Auxiliares de Crédito y Cobranza
Recursos Humanos	1 Gerente de Recursos Humanos 1 Secretaria 1 Auxiliar Administrativo
Producción	3 Gerentes de Producción 2 Gerentes de Almacén 4 Supervisores de Producción 7 Chóferes 50 Recolectores de Agave 10 Auxiliares en General
Seguridad	8 Guardias
Limpieza y Mantenimiento	10 Empleados

4.1.2. MISIÓN

Ser una empresa tequilera mexicana de calidad mundial que pueda otorgarle, a todo aquel que lo pruebe, un tequila de la más alta calidad, del mejor sabor y del mejor precio, reflejando a todo momento honestidad, lealtad y determinación con los clientes y trabajadores que formen parte de él.

4.1.3. VISIÓN

Posicionarse en el mercado nacional y extranjero como una de las empresas mexicanas que cuentan con la mejor tecnología, la más alta calidad y el menor costo de sus productos, para así ser reconocida, no solo por su magnífico sabor, sino por su gran prestigio logrado en México y en el mundo.

4.1.4. OBJETIVOS

*Introducir y consolidar al Tequila como bebida mexicana por excelencia en el mercado francés.

*Aumentar las ventas en un 50% para aumentar las utilidades y reducir costos.

*Dar a conocer la cultura mexicana.

*Obtener prestigio y respeto en Francia para poder después obtener más clientes a nivel continente europeo.

*Ante todo, satisfacer a nuestros clientes.

4.1.5. ANÁLISIS CONTABLE Y FINANCIERO

A continuación, se presentan los estados financieros de Tequilera Oliver, así como el análisis de cada uno de ellos:

Tequilera Oliver S.A. de CV.
Estado de Situación Financiera
A 31 de diciembre del 2006.

Activo

Circulante

Caja		\$1, 970,000.00	
Bancos		\$6, 375,250.00	
Clientes		\$2, 375,000.00	
Documentos por cobrar		\$ 937,725.00	
Almacén		\$1, 520,755.00	
IVA por cobrar		\$ 315,000.00	
Total activo circulante			\$13, 493,730.00

Fijo

Terrenos		\$2, 450,300.00	
Edificio	\$1, 525,300.00		
Depreciación acumulada de edificio	\$ 228,795.00	\$ 1, 296,505.00	
Mobiliario y maquinaria	\$ 1, 820,000.00		
Depreciación acumulada de mobiliario y maquinaria	\$ 360,000.00	\$1, 460,000.00	
Equipo de oficina	\$ 190,310.00		

Depreciación acumulada de equipo de oficina	\$ 28,000.00	\$ 162,310.00
Equipo de cómputo	\$154,200.00	
Depreciación acumulada de equipo de cómputo	\$ 46,260.00	\$ 107,940.00
Equipo de transporte	\$ 440,000.00	
Depreciación acumulada de equipo de transporte	\$115,000.00	\$325,000.00
Equipo de reparto	\$670,000.00	
Depreciación acumulada de equipo de reparto	\$280,000.00	\$390,000.00
Total Activo Fijo		\$ 6, 192,055.00

Diferido

Papelería y útiles		\$90,285.00
Primas de seguros		\$88,700.00
Propaganda y publicidad		\$61,354.00
Intereses pagados por anticipado		\$31,500.00
Rentas pagadas por anticipado		\$25,000.00
Total activo diferido		\$296,839.00
Activo total		\$19, 982,624.00

Pasivo

A corto plazo

Proveedores	\$ 3, 228,700.00	
Acreedores diversos	\$ 1, 858,235.00	
Préstamos bancarios	\$ 752,320.00	
Impuestos por pagar	\$713,500.00	
Reservas primas de antigüedad	\$287,900.00	
Total pasivo a corto plazo		\$ 6, 840,655.00

A largo plazo

IVA por pagar	\$123,800.00	
Documentos por pagar	\$200,000.00	
Hipotecas por pagar	\$137,000.00	
Total pasivo a largo plazo		\$460,800.00

Diferido

Rentas cobradas por anticipado	\$61,500.00	
Intereses cobrados por anticipado	\$46,526.00	
Total pasivo diferido		\$108,026.00

Pasivo Total

\$7, 409,481.00

Capital

Capital social	\$7, 532,978.00	
Utilidad de ejercicios anteriores	\$1, 834,216.10	
Utilidad del ejercicio	\$2, 829,300.00	
Reserva legal	\$376,648.90	
Total Capital		\$12, 573,143.00

Total pasivo más capital

\$ 19, 982,624.00

Juan Rodríguez Núñez
Elaboró

Ricardo López Flores
Revisó

Gonzalo Díaz Gutiérrez
Autorizó

Tequilera Oliver S.A. de CV.

Estado de Resultados

Del 1 de enero al 31 de diciembre del 2006.

Ventas		\$14,350,900.00	
Costo de ventas		\$7,987,600.00	
Utilidad bruta			\$6,363,300.00
Gastos de operación			
Gastos de venta	\$837,550.00		
Gastos de administración	\$632,725.00		
Total gastos de operación		\$1,470,275.00	
Gastos financieros	\$236,420.00		
Productos financieros	\$201,560.00	\$34,860.00	\$1,505,315.00
Utilidad en operación			\$4,858,165.00
Otros productos			\$105,519.20
Utilidad antes de impuestos			\$4,963,684.20
ISR			\$1,638,015.70
PTU			\$496,368.40
Utilidad del ejercicio			\$2,829,300.00

Juan Rodríguez Núñez
Elaboró

Ricardo López Flores
Revisó

Gonzalo Díaz Gutiérrez
Autorizó

Al analizar los estados financieros podemos destacar que:

- *La compañía se consolida económicamente y financieramente.
- *Cuenta con la solvencia para pagar sus deudas.
- *Recupera el monto de sus ventas a crédito rápidamente, dado a que sus clientes son responsables y éticos.
- *Tiene buena rentabilidad.

RAZÓN FINANCIERA	FÓRMULA	OPERACIÓN	RESULTADO
LIQUIDEZ	$L = \text{CAJ} + \text{BAN} + \text{INV} / \text{PCP}$	1,970,000 + 1,520,755 / 6,840,655	1.44
SOLVENCIA	$S = \text{AC} - \text{INV} / \text{PCP}$	13,493,730 / 6,840,655	1.97
PRUEBA DEL ÁCIDO	$PA = \text{AC} - \text{INV} / \text{PCP}$	13,493,730 - 1,520,755 / 6,840,655	1.75
ENDEUDAMIENTO	$E = \text{PTOT} / \text{ATOT}$	7,409,481 / 19,982,624	0.37 (37%)
RENTABILIDAD	$R = \text{UTIL} / \text{CC}$	2,829,300 / 12,573,143	0.23
CAPITAL NETO DE TRABAJO	$\text{CAPT} = \text{AC} - \text{PCP}$	13,493,730 - 6,840,655	6,653,075
ACTIVIDAD	$\text{ACV} = \text{CLIE} / \text{VTAS NET}$	2,375,000 / 14,350,900 X 360	60 días

En donde cada variable significa:

AC=Activo Circulante
ATOT=Activo Total
CAJ=Caja
CC=Capital Contable
CLIE=Clientes
BAN=Bancos
INV=Inventarios
PCP=Pasivo a Corto Plazo
PTOT=Pasivo Total
UTIL=Utilidad neta
VTAS NET=Ventas Netas

4.1.6. ANÁLISIS FODAS

Realizando el análisis FODAS encontramos lo siguiente:

FORTALEZAS

- *En la actualidad la empresa se consolida financieramente y cuenta con recursos suficientes para la inversión en nuevos proyectos.
- *Cuenta con suficiente maquinaria para producir grandes volúmenes de producción.
- *Se tiene personal altamente calificado en áreas administrativas.
- *La materia prima utilizada en la elaboración del producto es de la mejor calidad.
- *La empresa tiene una gran aceptación por parte del mercado nacional.
- *Sus instalaciones se encuentran a la altura de las mejores tequileras nacionales.

DEBILIDADES

- *Se carece de un buen sistema de control de inventarios.
- *Se necesita una buena capacitación del personal productivo.
- *Son escasas las estrategias de mercadotecnia.
- *Es nula la experiencia exportadora.
- *Se presenta el fenómeno del robo "hormiga".

*Tiene deficiencias en su control de costos.

OPORTUNIDADES

*Aprovechar las oportunidades que ofrece el Tratado de Libre Comercio con la Unión Europea para la venta y distribución de Tequila en el mercado francés.

*Debido a la globalización se tiene una gran posibilidad de exportar a otros países europeos.

*Gozar de los bajos aranceles que se otorgan por la relación comercial entre México y Francia.

*Incrementar la producción y así su distribución a nivel nacional y mundial.

AMENAZAS

*Fracasar en sus expectativas de éxito en el mercado francés.

*La existencia de una feroz competencia de productores mexicanos e internacionales que otorgan precios más bajos puede abaratar más nuestro producto.

*Al carecer de los resultados esperados la empresa se puede ver afectada financieramente.

*La escasa experiencia exportadora puede retardar u anular la aceptación del producto.

4.1.7. PROCESO PRODUCTIVO

Tequilera Oliver fabrica su tequila por medio de la elaboración industrial que consiste en los siguientes pasos:

- **Recepción del agave:** Las empresas productoras de Tequila suelen comprar el agave ya jimado a los productores, y lo parten en dos mitades antes de colocarlo en un almacén temporal.
- **Cocimiento:** El agave cortado es colocado en autoclaves para su cocimiento al vapor a presión. La presión utilizada para la hidrólisis de los azúcares suele ser de 1.2 kg/cm², aplicada durante 4 horas.
- **Molienda:** El agave cocido es pasado por maquinaria especial que lo desmenuza en fragmentos fibrosos sin extraerle el zumo azucarado que

lo impregna. El maguey desmenuzado es enseguida enviado a un molino donde se extrae el zumo, el cual es recolectado. Todo residuo sólido es descartado.

- **Preparación de mosto y fermentación:** El zumo recolectado durante la molienda es llevado a las tinas de preparación de mostos, donde se le agrega la levadura que efectúa la fermentación. El mosto es enviado a cubas de fermentación durante 72 horas, en volúmenes que suelen rondar los 30,000 litros.
- **Destilación:** El mosto fermentado es llevado a un alambique, el cual efectúa una primera destilación. El producto resultante es llamado *ordinario*, y es necesario llevarlo a una segunda destilación para obtener el tequila puro, que posee un 55% de alcohol.
- **Añejamiento y proceso:** En función del tipo de tequila que se desee obtener, el tequila puro puede ser puesto en barricas para su añejamiento durante un tiempo variable, para su posterior y eventual venta o incluso, para su dilución con otros alcoholes o con agua destilada.

4.1.8. OFERTA EXPORTABLE

Tequilera Oliver S.A. de CV cuenta con instalaciones con respectivas bodegas. Cuenta con el personal y la maquinaria suficiente para producir 32,000 unidades mensuales, aunque solo se producen 24,000 unidades mensuales en promedio; es decir, solo llega al 75% de su capacidad productiva.

El 25% restante puede ser encaminado a la exportación, teniendo en cuenta que nuestros clientes nacionales no se verían afectados. Las 8,000 unidades mensuales que produciríamos al llegar al 100% de nuestra capacidad de producción serían solamente para la exportación. Como ya se había mencionado, anteriormente, nuestro cliente vendría por la mercancía hasta nuestra fábrica encargándose de todos los trámites y documentos requeridos en el proceso de exportación. El señor Gabriel Boissareau.

Conocimos al Sr. Boissareau por medio de un intermediario de Bancomext que nos invitó a una feria de exportación aquí en México hacia el continente europeo. El Sr. Boissareau es poseedor de una cadena de mini-tiendas de autoservicio dispersas por toda la capital parisina, con domicilio fiscal en calle Voltaire #300, París, Francia. Su visión es el tener una cadena de mini-tiendas de autoservicio en toda Francia en un plazo no mayor a 10 años. Nuestro cliente tiene una buena reputación en su ciudad al carecer de demandas por morosidad de pagos o fraude comercial, por lo tanto, nos sentimos en plena confianza de surtirle nuestro producto.

Al analizar lo anterior, podemos concluir que la oportunidad de exportación puede ser cubierta sin problema alguno tomando en cuenta lo siguiente:

*La capacidad productiva de nuestra empresa es de 32,000 unidades mensuales; sin embargo, solo se ocupa el 75% de dicha capacidad, o sea, 24,000 unidades así que se llegara al 100% de su capacidad de producción para poder tener un excedente de 8,000 unidades para poder destinarlas a la exportación.

*La rentabilidad y solidez financiera de la empresa permite invertir con facilidad en los procesos de producción, sobre todo si después de transcurridos 6 meses de prueba el importador nos solicita un aumento en el envío de Tequila, lo que se traduciría en un aumento en las ventas y sobre todo en un crecimiento de la empresa.

*En cuanto a la materia prima no resulta ser una limitante en el supuesto de que se requieran incrementar los volúmenes de producción, ya que se cuenta con el respaldo de los socios para llevar a cabo el uso de gran parte del material disponible en los campos de plantación.

*Para poder determinar el grado de efectividad de nuestro proyecto de exportación, será necesario desarrollar planes que ayuden al mejoramiento interno y externo de la empresa, tomando en cuenta los puntos descritos anteriormente.

4.2. COMPETITIVIDAD DE LA EMPRESA Y SU PRODUCTO EN EL MERCADO META

Nuestro producto se vera inmiscuido en un mercado de gran competencia en el cual tendrá que poner a prueba toda la calidad que se le ha invertido. La industria tequilera en la actualidad se ha visto en la necesidad de exportar sus productos a otros mercados para poder sobresalir en este mundo globalizado y no estar destinada a la extinción comercial. En la actualidad, el tequila es aceptado por todos los estratos de la sociedad y de todas las culturas del mundo, debido en gran parte a la aceptación de la cultura mexicana a través del tiempo en muchos países.

INFORMACIÓN GENERAL

Francia es un país de Europa occidental que limita al norte con el canal de la Mancha y el estrecho de Dover o paso de Caláis; Al noreste con Bélgica, Luxemburgo y Alemania; al este con Alemania, Suiza e Italia; al sureste con el mar Mediterráneo; al sur con España; al suroeste con el golfo de Vizcaya; y al

oeste con el océano Atlántico. Francia presenta una forma aproximadamente hexagonal, con una longitud máxima (norte-sur) de unos 965 km y una anchura que alcanza los 935 kilómetros. París es la capital y la ciudad más grande del país. La República comprende diez posesiones de ultramar, entre las que se encuentran los departamentos de Guayana Francesa, en Sudamérica, Martinica y Guadalupe en las Indias Occidentales, y la isla Reunión en el océano Índico. Además, cabe mencionar las dependencias territoriales de Saint Pierre y Miquelon, Mayotte, Nueva Caledonia, Polinesia Francesa, las Tierras Australes y Antárticas Francesas, y las islas Wallis y Futuna. La superficie total de la Francia metropolitana es de 543.965 km², incluida la isla de Córcega, en el mar Mediterráneo.

Bandera: El color rojo, blanco y azul de la bandera francesa datan de 1789, cuando Luis XVI incorporó el rojo y el azul de la ciudad de París al blanco del escudo de los Borbones, la familia real gobernante en Francia.

La bandera tricolor fue oficialmente adoptada por la Convención Nacional en 1794.

Himno: “La Marseillaise” (“La Marsellesa”).

Economía (principales productos económicos):

Agricultura: Trigo, remolacha azucarera, maíz, cebada, papas o patatas, ganado, productos lácteos, vino.

Pesca: Ostras, atún, pescadilla.

Minería: Carbón y yacimientos de hierro.

Industria: Productos alimenticios, equipamiento para transportes, productos químicos, maquinaria eléctrica y no eléctrica, metales y sus derivados, textiles y prendas de vestir.

Población económicamente activa (por sectores):

56% Comercio y servicios

28% Industria

10% Negocios y finanzas

6% Agricultura, selvicultura y pesca.

Principales productos de exportación: Maquinaria y equipamiento para transportes, productos manufacturados básicos, alimentos y bebidas alcohólicas, productos químicos, acero y otros metales

Principales productos de importación: Maquinaria y equipamiento para transportes, productos químicos, productos básicos manufacturados, artículos manufacturados, artículos alimenticios.

Principales Socios Comerciales: Alemania, Italia, Bélgica y Luxemburgo, Reino Unido, Estados Unidos, España, Países Bajos, México.

Moneda: Euro.

GOBIERNO

El sistema de gobierno francés es el de una República presidencial, basada en la Constitución, promulgada en octubre de 1958 por iniciativa del general Charles de Gaulle; este documento reduce el poder del Parlamento para destituir gabinetes y amplía la autoridad del presidente. La soberanía de la República recae en el pueblo francés, que puede ejercer su poder político a través de un parlamento de representantes, así como por medio de referéndum. El organismo representativo es bicameral; está compuesto por la Asamblea Nacional (577 diputados) y el Senado (321 miembros. Los franceses pueden votar a partir de los 18 años.

El presidente es elegido para un periodo de siete años por votación popular directa. El presidente es el comandante de las Fuerzas Armadas y dirige el Consejo Superior de la Judicatura, el Comité de Defensa Nacional y el Consejo de Ministros (gabinete); también nombra al primer ministro y designa al gabinete de ministros.

El presidente actual es Nicolas Sarkozy.


Población 64, 113, 894 (2006).

PIB 2, 110, 185 millones de dólares estadounidenses (2006).



Datos Generales de París

- | | |
|-----------------------|--|
| • <u>Región</u> | <u>Isla de Francia (capital)</u> |
| • <u>Departamento</u> | <u>París (prefectura)</u> |
| • <u>Distrito</u> | <u>Capital de 20 arrondissements (delegaciones).</u> |

• <u>Cantón</u>	ninguno
• <u>Mancomunidad</u>	ninguna
<u>Código INSEE</u>	75056 o 75101-75116
<u>Ubicación</u>	 <u>48° 51' 44" N 2° 21' 3" E</u>
• <u>Altitud</u>	33 <u>mmsnm.</u> (mín.: 28 m, máx.: 130 m)
<u>Superficie</u>	105,40 <u>km²</u>
<u>Población</u>	2.153.600 hab. (2005)
• <u>Densidad</u>	20.433 hab./km²
<u>Gentilicio</u>	Parisiense o parisino
<u>Código postal</u>	75001-75020 y 75116
<u>Alcalde</u>	<u>Bertrand Delanoë</u> (PS) <u>2001-2008</u>
<u>Sitio web</u>	<u>www.paris.fr</u>

Resulta muy factible y viable enviar nuestro producto a la ciudad de París, Francia dado a que esta zona es una de las principales urbes del mundo globalizado. En este país se encuentra una gran simpatía por nuestra cultura a consecuencia de la historia que se entrelaza entre estos dos países (los conflictos bélicos entre ambos, la inmigración de franceses a México en los tiempos coloniales, el afrancesamiento de la cultura mexicana en el porfiriato, la inversión francesa en México) y los actuales sucesos que ponen a México en la mira internacional (el cambio de poderes en la presidencia mexicana, el alto nivel que ha mostrado México en certámenes y competencias deportivas al igual que en la industria cinematográfica). Todo lo anterior hace que México tenga una gran importancia en el mundo.

4.3. FRACCIÓN Y REGULACIÓN ARANCELARIA

Capítulo: 22. Bebidas, Líquidos Alcohólicos y Vinagre.

Partida: 22.08. Alcohol etílico sin desnaturalizar y con grado alcohólico volumétrico a 80 volumen, aguardientes, licores, demás bebidas espirituosas; preparaciones alcohólicas compuestas del tipo de las utilizadas para la elaboración de bebidas.

Sub-partida: 22.08.90. Los demás. División de la sub-partida 22.08.90.01 o .03. De acuerdo a las bebidas alcohólicas de más de 14° sin exceder 23° centesimales a la temperatura de 15° centígrados, en vasijería de barro, loza o vidrio.

En resumen, encontramos que la fracción arancelaria para nuestro producto es 22.08.90.03.

4.4. INCOTERMS Y EL PRECIO DE EXPORTACIÓN

Tequilera Oliver S.A de C.V ha convenido con su cliente el Sr. Gabriel Boissarreau utilizar el INCOTERM Ex-Works, comprometiéndonos a:

- Entregar la mercancía y documentos necesarios.
- Empaque y embalaje.

Por su parte el Sr. Boissarreau se compromete a:

- Pagar la mercancía en los plazos estipulados.
- Flete interno (de fábrica al lugar de exportación).
- Aduana (documentos, permisos, requisitos, impuestos).
- Gastos de exportación (maniobras, almacenaje, agentes).
- Flete internacional (del lugar de exportación al lugar de importación).
- Seguro.
- Gastos de importación (maniobras, almacenaje, agentes).
- Transporte y seguro (lugar de importación a planta).

Como podemos observar el Sr. Boissareau se encarga de todo lo referente a la exportación del producto, por lo tanto, se le da un precio accesible.

Para determinar un precio de exportación competitivo y obtener mejores ganancias es necesario considerar dos aspectos importantes:

- Los costos de producción y comercialización externa. Los costos se deben considerar de manera importante en el proceso de la toma de decisiones para poder determinar un precio razonable.
- La situación del mercado. Es necesario conocer lo mejor posible el mercado al cual nos vamos a enfrentar, ya que de esto dependerá la competitividad de nuestro producto.

Hay dos formas para cotizar el precio:

- Basándose en los costos (costing), el cual implica incluir todas las erogaciones hasta llegar a un punto de entrega, que previamente tuvo que ser convenido con el importador.
- Y por medio de los precios del mercado interno (pricing); es decir, la competencia en donde tomaremos una referencia del precio que paga el consumidor al final y de ahí regresar al precio base.

*Determinación del precio base.

Las unidades totales que se producirán por mes serán 32,000 unidades, de las cuales se destinarán a la exportación 8,000 unidades, o sea, 25% de la producción.

COSTOS FIJOS	COSTOS MENSUALES POR 32,000 UNIDADES	COSTOS FIJOS POR UNIDAD	COSTOS MENSUALES POR 8,000 UNIDADES
Maquinaria y equipo industrial	\$604,800	\$18.90	\$151,200
Equipo de computo	\$27,520	\$0.86	\$6,880
Equipo de transporte	\$62,400	\$1.95	-0-*
Equipo de reparto	\$97,600	\$3.05	-0-*
Sueldos mano de obra	\$352,960	\$11.03	\$88,240
Sueldos administrativos	\$256,320	\$8.01	\$64,080

Materia prima directa	\$1,019,200	\$31.85	\$254,800
SUMA COSTOS FIJOS	\$2,420,800	\$75.65	\$565,200
COSTOS VARIABLES		COSTOS VARIABLES POR UNIDAD	
Luz	\$48,000	\$1.50	\$12,000
Agua	\$32,000	\$1.00	\$8,000
Empaques	\$64,320	\$2.01	\$16,080
Cajas	\$48,000	\$1.50	\$12,000
Refacciones y mantenimiento	\$33,280	\$1.04	\$8,320
SUMA	\$225,600	\$7.05	\$56,400
SUMA TOTAL COSTOS	\$2,646,400	\$82.70	\$621,600

*Esto se debe a que es el costo que nos vamos a "ahorrar" al NO introducir nuestro producto al mercado francés, ya que esto va a quedar a cargo del Sr. Boissareau.

DETERMINACIÓN DEL PRECIO DE VENTA A NIVEL NACIONAL

COSTO DE PRODUCCIÓN
\$82.70

% de utilidad estimada por botella 60%
(\$49.62)

(=)Precio de venta unitario a nivel nacional (incluido el IVA)
\$132.32

DETERMINACIÓN DEL PRECIO DE VENTA A NIVEL EXPORTACIÓN

Costo de Producción
\$82.70

Precio de venta a nivel nacional
\$132.32

(-)Ahorro de Transporte y reparto
\$5.00

=Precio de venta unitario para exportación (incluido el IVA)
\$127.32

(x) 32,000 botellas que se piensan exportar \$4,074,240.00

% de utilidad estimada por botella
\$44.62

Utilidad estimada por 32,000 botellas \$1,427,840.00

4.5. DOCUMENTOS Y TRÁMITES ADUANALES

Los documentos que deberán acompañar en todo momento a las mercancías son:

a) Factura comercial (seis tantos): Este documento se presenta en original y seis copias que tiene como contenido: los datos de la aduana de salida y de entrada del país de destino; nombre y dirección del vendedor y del cliente respectivos; así como, la descripción detallada de la mercancía, sustancias, calidad, peso, precio en moneda nacional y su equivalente en euros.

b) Lista de empaque (seis tantos): Con este documento cualquier persona puede identificar qué contiene cada una de las cajas y que tiene los datos plasmados en la factura.

c) Carta de porte (seis tantos): Es el título de consignación de la empresa transportista, este documento compromete al transportista a entregar la mercancía en el lugar pactado.

d) Certificado de origen: Este documento certifica el origen mexicano de las mercancías y es expedida por la Secretaría de Economía.

e) Pedimento de exportación: Este debe ser presentado en forma oficial aprobada por la Secretaría de Hacienda y Crédito Público.

f) Declaración vinícola: Con las especificaciones de las sustancias que forman el Tequila, además de la aprobación del Consejo Regulador del Tequila.

Como se ha mencionado, en capítulos anteriores, se necesita contratar los servicios de un agente aduanal quién fungirá como nuestro representante las distintas dependencias aduanales, realizando los trámites de exportación que sean necesarios. Entre los servicios que lleva a cabo tenemos:

a) La elaboración del contrato de compra-venta internacional con la finalidad de garantizar la operación.

b) Encargarse de los referentes del traslado de responsabilidades entre el comprador y el vendedor; la elaboración de etiquetas acorde a la legislación francesa.

c) Resolver todas nuestras dudas sobre aspectos fiscales (pago de impuestos, aranceles, obligaciones).

4.6. LOGÍSTICA DE EXPORTACIÓN

Podemos dar diversas definiciones a la logística, pero la que más se ajusta a nuestras necesidades es dada por el Sr. Flores Paredes Joaquín "originalmente la logística nació con el arte militar, encargado del movimiento y

estacionamiento de las tropas. Actualmente la logística en la empresa es considerada como la técnica de control y la gestión de los flujos de materia y de productos, desde sus fuentes de aprovisionamiento hasta sus puntos de ventas". (1)

Es conveniente señalar que en nuestro caso el cliente el Señor se ha comprometido a aceptar el INCOTERM Ex-Works que consiste en que el interesado en la mercancía, el comprador, se encarga de adquirir la mercancía en la fábrica del productor y, por lo tanto, se encarga de todas las responsabilidades que esta conlleva (el transporte de la mercancía de la fábrica al puerto y del puerto a su destino, en este caso París, Francia; así como, la contratación de un seguro).

Por otra parte, la preparación del producto para su exportación se efectúa de la siguiente manera:

*Empaque y embalaje: El embalaje del producto consiste básicamente en usar cajas de cartón resistentes que puedan transportar 12 botellas de un litro de tequila en cada una de ellas, sin el riesgo de merma. En la caja se encuentran todos los datos necesarios para identificar el producto y todo aquello que sea indispensable para manejo y uso de las cajas.

(1) Flores Paredes Joaquín, el contexto del comercio exterior de México: Retos y oportunidades en el mercado global. Ed. UNAM, FESC, México, Pág. 125.

*Envase y etiquetado: El embotellado para la transportación del Tequila es de vidrio transparente elaborado por productores mexicanos con formas artesanales de vidrio soplado, de forma rectangular, con una etiqueta distintiva con sus ingredientes en ambos idiomas (español y francés).

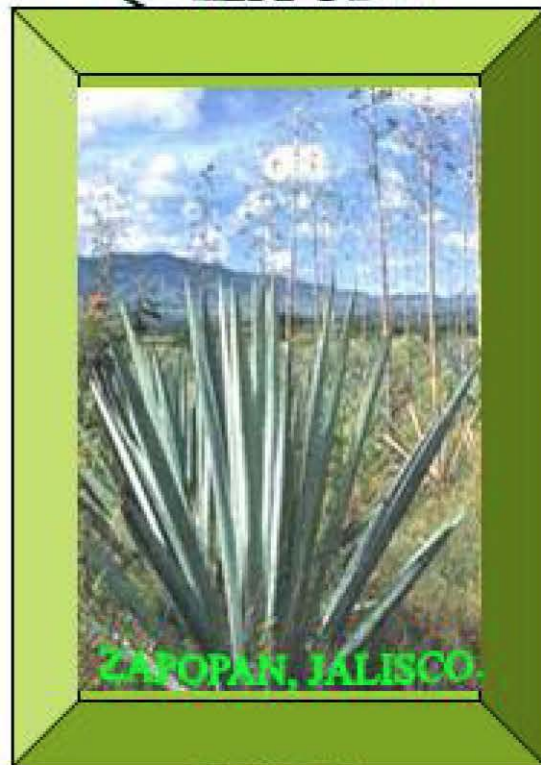
NOM



TEQUILA OLIVER



CONT. NET. IL.



100% PURO DE AGAVE

ELABORADO Y ENVASADO BAJO VIGILANCIA DEL GOB. MEXICANO

DE MÍ PARA TI
DE MÉXICO PARA EL MUNDO
TEQUILA OLIVER CALIDAD INTERNACIONAL
AGAVE 100% MEXICANO



MARCA REGISTRADA

RFC:TEOL960308-m01



EL ABUSO EN EL CONSUMO DE ESTE PRODUCTO ES NOCIVO PARA LA SALUD



40% ALC. VOL.

HECHO EN MÉXICO

4.7. FORMA DE PAGO

Ya que nuestro comprador el Sr. Boissareau estuvo de acuerdo en aceptar nuestro producto y el INCOTERM (Ex-Works) utilizado, pasamos a negociar la forma de pago en que se realizará la transacción.

El Sr. Boissareau se comprometió a liquidar el 50% del importe de la compra via transferencia bancaria un día antes de presentarse en nuestras instalaciones y llevarse el producto. Por el resto firma pagarés que se compromete a liquidar en 5 meses, pagando el 10% del importe restante, el día primero del mes correspondiente.

Fecha de entrega de la mercancía	Fecha de la liquidación del anticipo del 50%	Fecha de la liquidación del 10% mensuales
2 de octubre del 2007.	1 de octubre de 2007.	1 de noviembre de 2007.
		1 de diciembre de 2007.
		1 de enero de 2008.
		1 de febrero de 2008.
		1 de marzo de 2008.

Elaboró: Juan Rodríguez Núñez (Departamento de Contabilidad).

CONCLUSIONES

En cuanto a la investigación realizada, podemos aseverar que la globalización afecta a la economía de todos los países del mundo, en donde los países desarrollados y súper-industrializados dominan a todo el comercio mundial, y a su vez, determinan las reglas políticas, comerciales, e, inclusive, culturales en los demás países involucrados en el Comercio Exterior.

Con lo anterior, cualquiera pensaría que para las pequeñas y medianas empresas de los países del Tercer Mundo, del cual México es parte, el poder competir en un mundo globalizado es un espejismo destinado inevitablemente al fracaso total. Sin embargo, esto es falso, en gran medida porque se puede utilizar a la globalización como un aliado y no como un enemigo. Lo que pasa es que varios manejos en política comercial, fiscal y exportadora se han efectuado de manera ilógica, burda, ridícula, entreguista al extranjero, pero sobre todo de modo ignorante, en cuanto al conocimiento de las demás economías del mundo, aunque, también hay que tomar en cuenta que hace falta un buen control de la producción nacional y que el gobierno tenga una actitud paternalista y preferencial con las empresas pequeñas y medianas que se quieran lanzar a la aventura de la exportación.

Por mi parte, los aspectos más importantes que le impiden a México o que le perjudican para poder tener un buen papel en el Comercio Exterior son:

- a) La falta de información en materia de exportación.
- b) La corrupción que tienen que enfrentar los productores nacionales en las aduanas de nuestro país y las extranjeras.
- c) El dominio de empresas trasnacionales en el comercio mundial.
- d) El dumping o competencia desleal.
- e) Las “trampas” tendidas en el mercado meta para proteger la producción de su país, mejor conocidas como Barreras No Arancelarias.
- f) La deficiente preparación de los actuales profesionistas en tiempos de la globalización.
- g) La escasa o nula ayuda del gobierno en materia de exportación.
- h) La escasa ambición de los productores nacionales por querer incursionarse en la exportación.
- i) La entrada desmedida y descomunal de contrabando, productos con sospechas de dumping y piratería del extranjero.

Todo lo citado anteriormente lesiona y deteriora enormemente a nuestra economía que tiene como resultados negativos:

-La desigualdad de nuestra balanza de pagos, debido a la excesiva importación de productos, que hace que nuestra moneda se devalúe poco a poco, y a su vez, México tenga que pedir préstamos internacionales para poder enfrentar sus compromisos económicos.

-Que muchos de nuestros compatriotas emigren a Estados Unidos y Canadá para poder obtener mejores condiciones de vida y poder enviar dinero a sus familiares en nuestro país. Cabe destacar que esto ayuda a nivelar nuestra balanza de pagos.

-Fomenta la baja producción o la bancarrota de pequeñas y medianas empresas mexicanas.

-Desalienta la inversión extranjera.

Por lo antes expuesto, este proyecto de exportación tiene grandes posibilidades de éxito en la ciudad de París, Francia. He tomado en cuenta todo lo anterior, y no hay riesgo de desestabilizar a nuestra empresa o llegar a la bancarrota. Gabriel Boissarreau tiene gran confianza en nuestro producto, además de ayudarnos a conseguir más clientes para nuestro producto en el mercado francés.

Tequilera Oliver pondrá a su disposición el producto en sus propias instalaciones encargándose el Sr. Boissarreau de la logística, venta y cobranza en su mercado meta (la ciudad de París, Francia). Es por ello que se augura un gran futuro para nuestra empresa y la producción de tequila a nivel nacional.

Finalmente, quisiera recalcar la necesidad de nuestro país por conseguir ingresos a partir de la exportación de productos 100% mexicanos para la creación de empleos y la nivelación de nuestra balanza de pagos. Por otra parte, se debe de tener más información y educación a nivel profesional para que los actuales y futuros profesionistas estén preparados a enfrentar un mundo globalizado.

BIBLIOGRAFÍA

Bancomext, Guía Básica del Exportador, Editorial Banco Nacional del Comercio Exterior, 6ª Edición México 2001.

Bancomext, La clave del Comercio Exterior, libro de respuestas para el exportador, Editorial Banco Nacional del Comercio Exterior, México 1999.

Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, Editorial Porrúa, 129ª Edición, México 1999.

Cruz Miramontes Rodolfo, Las Relaciones Comerciales Multilaterales de México y el Tratado de Libre Comercio con la Unión Europea, Editorial UNAM. 1ª Edición, México 2003.

Fisco agenda, Editorial ISEF, 27ª Edición, México 2003.

Flores Paredes Joaquín, El Contexto del Comercio Exterior de México; Retos y Oportunidades en el Mercado Global, ED. UNAM-FESC. México 2001.

Gerardo Jaramillo Jorge Witker, Comercio Exterior de México, Marco Jurídico, Editorial Mc Graw Hill Interamericana, México 1996.

Gómez López Ernesto Javier, Análisis e Interpretación de Estados Financieros: Administre su empresa por medio de estados financieros. Editorial ECAFSA, México 2000.

Lawrence D. Schall/Charles W. Haley Administración Financiera, Editorial Mc.Graw Hill, México 1983.

Lerma Kirchner Alejandro, Comercio Internacional, Metodología para la Formulación de Estudios de Competitividad Empresarial, Editorial ECAFSA, 3ª Edición, México 2000.

Ortiz Wadgyamar Arturo, Introducción al Comercio Exterior de México, Editorial Nuestro Tiempo, México 1997.

Padua María Eugenia, México en el umbral del siglo XXI. Los efectos de la Globalización. Editorial Fontamara México 1999.

Prontuario Fiscal, Código Fiscal de la Federación 2003, Editorial Thomson México 2003.

Zorrilla Arena Santiago y Silvestre, Méndez José, Diccionario de Economía, Editorial Océano, México 1996.

PÁGINAS DE INTERNET

www.anep.org.sv

www.bancomext.com.mx

www.banxico.org.mx

www.elrincondelvago.com

www.google.com

www.wikipedia.com

ÍNDICE DE ANEXOS

1.- MARCADO DE EMBALAJE Y ADUANAS DE MÉXICO.

2.- SIMBOLOGÍA PROPUESTA PARA EL MANEJO DE LA MERCANCÍA.

3.- INFORMACIÓN REQUERIDA PARA UN TEQUILA DE EXPORTACIÓN.

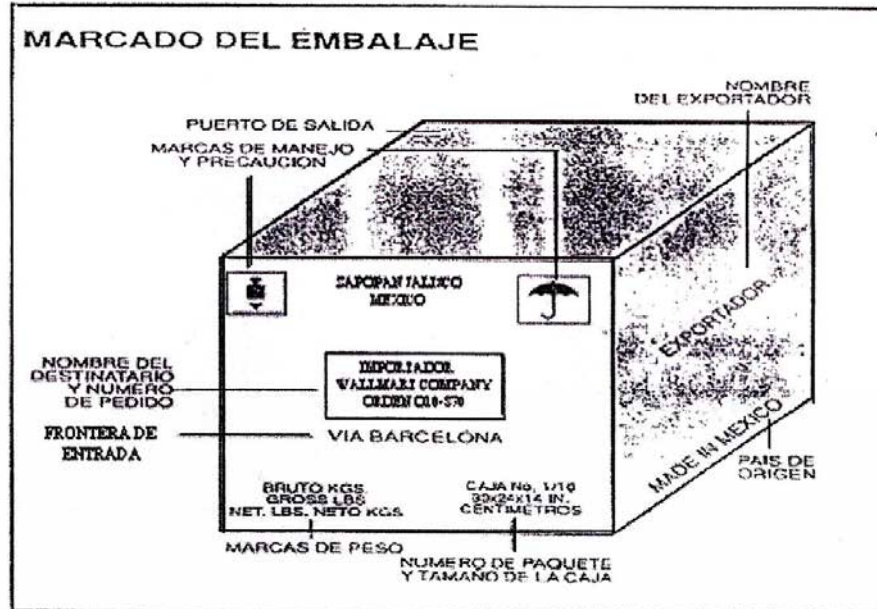
4.- FACTURA COMERCIAL DE TEQUILERA OLIVER S A DE C V.

5.- DOCUMENTO DEL PADRÓN DE EXPORTADORES SECTORIAL.

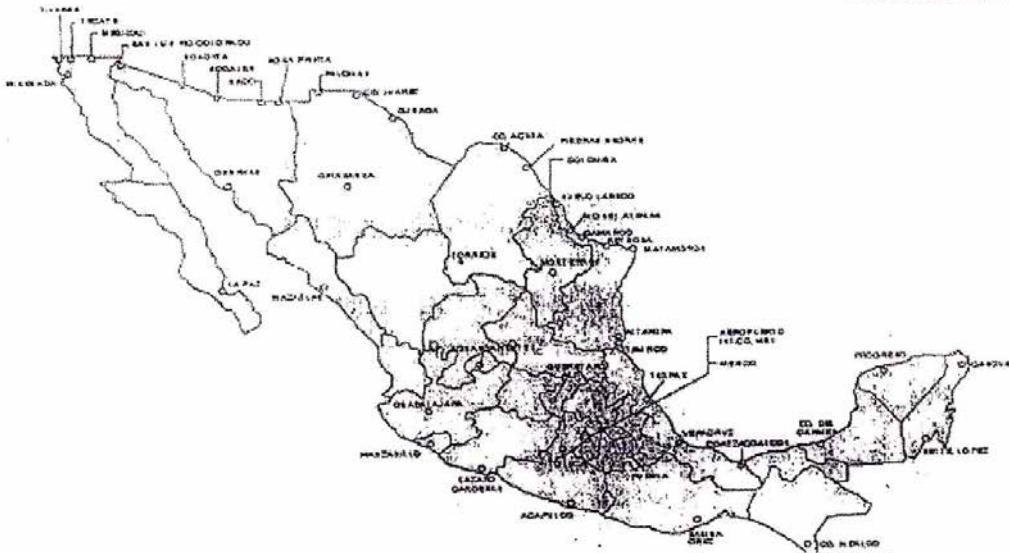
6.- DOCUMENTO DE CERTIFICACIÓN DE ORIGEN DE PRODUCTOS MEXICANOS

ANEXO 1. MARCADO DE EMBALAJE Y ADUANAS DE MÉXICO

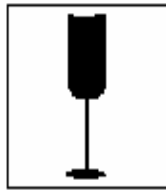
MARCADO DE EMBALAJE



ADUANAS DE MEXICO



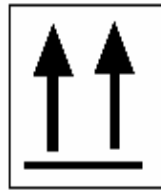
ANEXO 2. SIMBOLOGÍA PROPUESTA PARA EL MANEJO DE LA MERCANCÍA



Manéjese con
cuidado



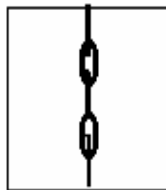
No use gancho



Este lado arriba



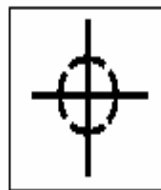
Manténgase
fresco



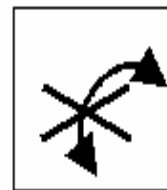
Use cadena aquí



Manténgase
seco



Centro de
gravedad



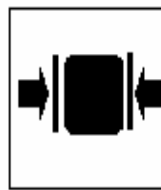
No rodar



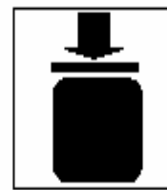
Use carretilla
aquí



No use carretilla
aquí




Use abrazaderas
aquí



Límite máximo
de estiba

ANEXO 3. INFORMACIÓN REQUERIDA PARA EXPORTAR TEQUILA

Información comercial obligatoria conforme al capítulo 11, apartado 11.1 y 11.2.2 de la NOM-006-SCFI-1994 para tequila de exportación

Inciso de la norma	Concepto	Etiqueta principal	Tamaño	Ejemplo	Observación	Norma que se cumple
A)	LA PALABRA TEQUILA	OBLIGATORIO	LIBRE	TEQUILA	En forma destacada y legible	NOM-006-SCFI-1994
	CATEGORÍA	OBLIGATORIO	LIBRE	100% de agave ó 100% puro de agave	La clasificación será de acuerdo a la participación de azúcares de agave durante la formulación conforme al capítulo de la NOM.	NOM-006-SCFI-1994
B)	TIPO AL QUE PERTENECE	OBLIGATORIO	LIBRE	Blanco ó Silver, Joven u Oro ó Gold, Reposado ó Aged, Añejo ó Extra-aged	Para el mercado internacional se puede sustituir por el idioma correspondiente o bien por el siguiente: Tequila Silver, Tequila Gold, Tequila Aged, ó Tequila Extra-aged. Conforme al apartado 5.2.2 de la Norma.	NOM-006-SCFI-1994
E)	NOMBRE O RAZON SOCIAL DEL PRODUCTOR O DE LA FABRICA AUTORIZADA	OPCIONAL	LIBRE	Tequila X SA de CV	Deberá ostentar el nombre o razón social del productor de la fábrica autorizada y en su caso del envasador	NOM-006-SCFI-1994
G)	MARCA REGISTRADA	OBLIGATORIO	LIBRE	"MARCA XX" M.R.	Obligatorio contar con una marca registrada ante el IMPI. La marca podrá aparecer con las siglas "M.R.", ó símbolo ®	LEY DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL, LPI ART. 131
H)	LA LEYENDA "HECHO EN MEXICO"	OPCIONAL	Libre. se recomienda 5L a > 1,750L 7mm, 1,750L a > 1L 6mm, 1L a > 750ml 5mm, 750ml a > 500ml 4mm, 500ml a > 250ml 3mm, <=250ml 2mm	HECHO EN MEXICO "PRODUCT OF MEXICO"	En posición horizontal Todo en mayúsculas "Esta leyenda puede ser objeto de traducción a otro idioma".	NOM-006-SCFI-1994
I)	CONTRASEÑA OFICIAL	OPCIONAL	Tamaño libre		La marca CRT es recomendable pero no obligatoria. Solo lo podrán ostentar los productos certificados, por el CRT los no socios deberán solicitarlo por escrito	NOM-006-SCFI-1994 NOM-106-SCFI-2000
J)	LOTE	OPCIONAL	LIBRE	23-06-99 DIA/MES/AÑO	La identificación del lote que incorpore el fabricante no debe ser alterada u oculta de forma alguna.	NOM-006-SCFI-1994
	LOGOTIPO DE ENVASADO DE ORIGEN	OPCIONAL	LIBRE		Solo para envasado de origen. No es obligatorio. Es recomendable en la etiqueta principal.	

La información obligatoria que prevé la Norma del Tequila es independiente de las disposiciones aplicables en cada país importador. Para el producto de exportación, aparecer en la superficie principal de exhibición, cuando menos la información señalada en los literales A), B) y G).

DOCUMENTOS ANEXOS QUE DEBERA PRESENTAR EN COPIAS FOTOSTATICAS LEGIBLES

- CEDULA Y AVISO DE INSCRIPCION EN EL REGISTRO FEDERAL DE CONTRIBUYENTES, ASI COMO LOS MOVIMIENTOS REALIZADOS ANTE EL MISMO ()
- EN SU CASO, LAS ULTIMAS CUATRO DECLARACIONES ANUALES DEL ISR, IVA, IMPAC Y DEL IEPS, ANEXANDO DECLARACIONES COMPLEMENTARIAS, SI EXISTEN ()
- PAGOS PROVISIONALES DEL ISR, IVA, IMPAC Y DEL IEPS DEL ULTIMO EJERCICIO FISCAL Y PAGOS DEFINITIVOS DEL EJERCICIO EN CURSO, SEGUN CORRESPONDA ()
- TRATANDOSE DE PERSONAS MORALES, TESTIMONIO NOTARIAL DEL ACTA CONSTITUTIVA DE LA EMPRESA Y, EN SU CASO, DE LAS MODIFICACIONES ()
- COMPROBANTE DE DOMICILIO A NOMBRE DEL SOLICITANTE (CONTRATO O RECIBO DE AGUA, LUZ O TELEFONO, PREDIAL, CONTRATO DE APERTURA O ESTADO DE CUENTA BANCARIA, LIQUIDACION DEL INSTITUTO MEXICANO DEL SEGURO SOCIAL, CONTRATO DE ARRENDAMIENTO CON SU ULTIMO RECIBO DE RENTA, SUBARRENDAMIENTO, COMODATO, FIDEICOMISO O CARTAS DE RADICACION, LO ANTERIOR CONFORME A LO DISPUESTO EN LA REGLA 2.2.1. DE CARACTER GENERAL EN MATERIA DE COMERCIO EXTERIOR ()
- CONSTANCIA DE INSCRIPCION AL PADRON DE CONTRIBUYENTES DE BEBIDAS ALCOHOLICAS, DE CONFORMIDAD CON EL ARTICULO 19, FRACCION XIV DE LA LEY DEL IEPS PARA EL CASO DE EXPORTADORES DE BEBIDAS ALCOHOLICAS, ALCOHOL Y ALCOHOL DESNATURALIZADO ()
- LISTAS DE CLIENTES Y PROVEEDORES PRESENTADAS EN EL ULTIMO EJERCICIO FISCAL, DE CONFORMIDAD CON EL ARTICULO 19, FRACCION VIII DE LA LEY DEL IEPS ()

LOCALIDAD _____ MUNICIPIO _____ ENTIDAD FEDERATIVA _____
GIRO O ACTIVIDAD PREPONDERANTE _____

DATOS DEL REPRESENTANTE LEGAL DE LA EMPRESA

APELLIDO PATERNO, MATERNO, NOMBRE(S) _____
CLAVE DEL REGISTRO FEDERAL DE CONTRIBUYENTES

DECLARO BAJO PROTESTA DE DECIR VERDAD QUE LOS DATOS ASENTADOS EN LA PRESENTE SOLICITUD SON REALES Y EXACTOS

NOMBRE Y FIRMA DEL CONTRIBUYENTE O REPRESENTANTE LEGAL

Instrucciones generales

ANOTAR LA CLAVE DEL RFC A TRECE POSICIONES (PERSONAS FISICAS) O DOCE POSICIONES (PERSONAS MORALES) PARA LO CUAL SE DEJARA EL PRIMER ESPACIO EN BLANCO.

ANOTAR EL NOMBRE, DENOMINACION O RAZON SOCIAL, TAL Y COMO APARECE EN SU AVISO DE INSCRIPCION AL REGISTRO FEDERAL DE CONTRIBUYENTES (RFC) O EN EL CASO DE EXISTIR CAMBIO DE DENOMINACION, RAZON SOCIAL O REGIMEN DE CAPITAL ANOTARA EL REGISTRO ACTUAL.

EL PRESENTE FORMATO SE DEBERA PRESENTAR ANTE LA ADMINISTRACION GENERAL DE ADUANAS, REMITIENDOSE A TRAVES DEL SERVICIO DE MENSAJERIA AL SIGUIENTE DOMICILIO:

PADRON DE IMPORTADORES DE SECTORES ESPECIFICOS
ADMINISTRACION GENERAL DE ADUANAS
ADMINISTRACION CENTRAL DE CONTABILIDAD Y GLOSA
AV. HIDALGO No. 77, MODULO IV, PRIMER PISO
COL. GUERRERO, DELEGACION CUAUHTEMOC
CODIGO POSTAL 06300, MEXICO, D.F.

PARA USO EXCLUSIVO DE LA AUTORIDAD

