



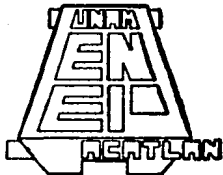
UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

ESCUELA NACIONAL DE ESTUDIOS PROFESIONALES
"ACATLAN"

LA PROBLEMÁTICA EN LA OPERATIVIDAD,
ASESORIA Y PROMOCIÓN DEL EXPORTADOR
MEXICANO.

FALLA DE ORIGEN

T E S I S
QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:
LICENCIADO EN ECONOMÍA
P R E S E N T A :
GUSTAVO BIERGE AGUILAR



ACATLAN, EDO. DE MEX.

1989



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas Tesis Digitales Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS © PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis está 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.

INDICE

INTRODUCCION	v
CAPITULO I. Las Exportaciones Mexicanas	
1.1 Evolución de las políticas, mecanismos y procedimientos relacionados con las exportaciones mexicanas (1976-1986).	1
1.2 Análisis y evaluación de las exportaciones actuales en México.	
1.2.1 Avance de las exportaciones en la administración (1983-1988).	15
1.2.2 Exportación de manufacturas -- mexicanas.	26
CAPITULO II. Mecanismos Operativos y Promocionales Utilizados para el Exportador Nacional.	
II.1 Organismos encargados de promoción y -- servicio financiero.	31
II.1.1 Banco Nacional de Comercio Exterior (Actividades).	32
II.1.2 Servicios financieros a la exportación a través de Sociedades Nacionales de Crédito.	37
II.2 Mecanismos de apoyo a las exportaciones llevados a cabo por el Gobierno Federal	39
II.2.1 Programa de Fomento Integral a las Exportaciones (PROFIEX)	39
II.2.2 Apoyos fiscales	44
II.2.3 Negociaciones internacionales.	
II.2.3.1 Sistema General de Preferencia (SGP).	50
II.2.3.2 Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI)	51
II.2.3.3 Acuerdo General sobre Tarifas Aduaneras y Comercio (GATT).	52
II.2.3.4 Intercambio compensado	55
II.3 Algunos aspectos necesarios que debe -- conocer el exportador nacional.	58
II.3.1 Permisos y documentos previos -- para exportar.	59
II.3.2 Flujo de un proceso de exportación.	74
II.3.3 Transporte internacional y su -- contratación.	76
II.3.4 Aduanas por las que se puede exportar. (Sistema Armonizado)	84
II.3.5 Copianzas por exportación	87
II.3.6 Publicidad y promoción en el extranjero.	88
II.4 El sector privado y el fomento a la exportación.	90

CAPITULO III	Problemas y Obstáculos a que se enfrentan -- las exportaciones	91
III.1	Administrativos y operativos.	
III.1.1	Procedimientos de gestiones.	99
III.1.2	Trámites.	101
III.1.3	Procedimientos administrativos en las entidades federales.	104
III.1.4	Estructura y análisis del trá- mite y gestión del registro del exportador.	108
III.2	Análisis de los principales aspectos en la asesoría para la exportación.	
III.2.1	Estructura de los medios de in- formación para exportar	110
III.2.2	Asesoría en instituciones y orga- nismos de exportación.	112
III.3	Comportamiento de la promoción de ex- portaciones en México.	114
III.3.1	Radicalización de sectores pro- ductivos de exportación	115
III.3.2	Análisis de una estrategia mer- cadológica.	116
III.4	Análisis de las ferias y exposiciones -- en el extranjero	121
III.4.1	Presentación y participación	123
III.4.2	Promoción	125
III.4.3	Asesoría	126
CAPITULO IV	Alternativas y sugerencias a seguir para --- agilizar y dinamizar las exportaciones.	
IV.1	Alternativas a seguir que atañen di- rectamente a la empresa.	127
IV.2	Acciones que atañen directamente al -- sector público.	
IV.2.1	Creación de canales de informa- ción y asesoría más eficientes.	135
IV.2.2	Modernización operativa y admi- nistrativa en las exportaciones	137
IV.2.3	Estrategia promocional indis- criminada.	139
IV.3	Aspectos internacionales	141
IV.4	Otros causas concretos de acción.	144
CONCLUSIONES		145
BIBLIOGRAFIA		149
HEMEROGRAFIA		150

INTRODUCCION

Uno de los aspectos de mayor incidencia ante las agudas crisis económicas que se han dado en la actualidad es el sector exportador, pues es a través de éste mediante el cual se pueden dar respiros y alivios a las economías de países con Balanzas de Pagos deficitarias, con problemas de endeudamiento y falta de financiamiento, ya que con su mayor participación se asegura un mayor nivel de ingresos tan necesarios para el desarrollo y crecimiento de un país.

Es de esperar, el mejoramiento de las condiciones existentes en el contexto del Comercio Internacional a través de una mayor liberalización y dinamismo del intercambio comercial, su financiamiento y promoción. El caso mexicano como ejemplo: muestra una tendencia favorable a partir de 1983, pues con una política comercial exterior mas acorde a la realidad, se busca generar divisas necesarias para propiciar el desarrollo económico por vía diferente al endeudamiento y a la venta externa de hidrocarburos. La política comercial está pues, orientada a incrementar en forma sostenida las exportaciones de productos no petroleros, sustituir selectiva y eficientemente importaciones, así como ampliar y diversificar los mercados externos. Por ello el Gobierno de la República ha creado diversos mecanismos y estímulos para cumplir el objeto de fomentar las exportaciones.

Ahora bien, ante este tipo de política se ha generado una serie de trabas y obstáculos que limitan y frenan el desarrollo y agilidad de nuestras exportaciones al utilizar y operar con dichos mecanismos y estímulos.

Por tanto: el objeto principal que busca esta investigación, es mostrar a la pequeña y mediana empresa así como a todas aquellas personas involucradas al comercio exterior, la problemática existente en la operatividad, en la promoción y asesoría de la exportación en México; tratando de hacerlos ver a lo que se van a enfrentar y motivandolos para anticiparse a dichas barreras, proponiéndoseles algunas alternativas y acciones a seguir; para con ello, buscar soluciones reales que agilicen y dinamicen todo el proceso que involucra esta actividad. El beneficio será no solo para el empresario, sino también para el consumidor nacional e internacional pues propiciará el crecimiento de nuestras ventas en el exterior lo que significará mayores flujos de divisas para nuestra economía.

Para entender esta problemática es necesario plantear y analizar:

- 1.- Cuáles son y cómo han incidido las diferentes políticas económicas en nuestra Balanza Comercial, así como su evolución en los últimos años (Capítulo I).
- 2.- Cuáles son y cómo funcionan o utilizan los diversos apoyos y estímulos creados por el Gobierno Federal para promover las exportaciones mexicanas en la actualidad; en donde además se orienta a la empresa para optimizar su esfuerzo en dicha tarea.

Para este fin se ha dividido al Capítulo II en cuatro partes: la primera hace énfasis al apoyo financiero y diversos servicios que puede recibir el exportador nacional por conducto de instituciones como son el Banco Nacional de

Comercio Exterior y Sociedades Nacionales de Crédito; en la segunda parte, se determinan los diferentes mecanismos de apoyo y estímulo que da el Gobierno mexicano para impulsar las exportaciones, por ejemplo: el Programa de Fomento Integral a las exportaciones, estímulos fiscales como es la devolución del impuesto general a la importación (Draw-Back) o el derecho de importación de mercancías para la exportación (DIMEX), programa de importación temporal para la exportación, mecanismos con los que se negocia a nivel internacional etc.; la tercera parte hace referencia a aquellas técnicas propias del aspecto comercial importantes de conocer por el empresario nacional por ejemplo : formalidades administrativas y documentarias, transporte, cobranza por exportación etc.; en la cuarta parte se resalta la importancia que tiene el sector privado para el fomento de esta actividad.

- 3.- Cuáles son y cómo son los obstáculos y barreras reales mas comunes que surgen al operar con dichos mecanismos, haciendo incapié en barreras que no son tan percibidas y que corresponden a aspectos administrativos y operativos, de asesoría y de promoción a la exportación (Capítulo III).
- 4.- También se hace necesario el proponer alternativas y acciones a seguir por parte del sector privado, del sector público así como acciones mutuas que involucren a ambas partes.

Esta investigación trata de plantearse desde un punto de vista mas objetivo y no solo administrativo u operacional; por lo que se espera además, que al hacer referencia a aspectos reales e importantes de nuestra estructura de Comercio Internacional, se repercuta positivamente en el futuro descubrimiento, estudio y creación de nuevas posibilidades que permitan acelerar las exportaciones nacionales.

CAPITULO I

LAS EXPORTACIONES MEXICANAS

I.1 Evolucion de las políticas, mecanismos y procedimientos relacionados con las exportaciones mexicanas (1972-1988).

De antemano, es necesario estar de acuerdo en los conceptos manejados en esta investigación; es decir, se utilizarán conceptos que definan aspectos generales y no profundos que puedan implicar otro tipo de análisis. Por ello se mostrará a continuación, algunos elementos importantes que nos permitirán en el análisis posterior avanzar y entender el estudio y objetivos de la misma.

Por lo tanto, es importante hacer referencia de lo que se entiende por política comercial, y sus mecanismos y procedimientos utilizados.

La política comercial exterior al igual que la política fiscal y política monetaria, entre otras, forman parte de la política económica llevada a cabo por el Gobierno Federal para un cierto período de tiempo, no con ello podemos decir que existen separadamente, sino por el contrario; cada una de estas políticas se encuentran interrelacionadas entre sí por ciertos mecanismos. En este caso, nosotros abstraemos la política comercial exterior de la política económica sólo con fines de estudio y entendimiento.

Una buena o mala política comercial exterior dentro de un país, afecta necesariamente a importaciones y exportaciones nacionales, al igual que tiene repercusiones en el comercio a nivel internacional.

Al referirnos por un lado a la política de Importación, nos referimos a las bases que deben regir en la accesibilidad al país de las mercancías procedentes del exterior. Siempre ha existido la discusión teórica sobre la conveniencia para adoptar una política comercial proteccionista a las importaciones, por ejemplo: a. - Los Libremercantistas afirman; que dejando entrar libremente las mercancías extranjeras se facilita la división internacional del trabajo y la especialización productiva de cada país en los bienes para los cuales se halle mejor preparado. b. - Los proteccionistas dicen; que solamente dificultando la entrada de productos extranjeros sobre el mercado nacional, se consigue estimular a las industrias domésticas para poder dar empleo así a la mano de obra nacional. Es importante lo anterior ya que el proteccionismo y el crecimiento económico de los países ha ido haciéndose cada vez más dependiente del comercio internacional, por tanto, la política de importación dependerá en gran medida de la disponibilidad de divisas que tenga un país y de la capacidad productiva del mismo. Algunos mecanismos utilizados por la política productiva de importación son los siguientes:

Política de Importación

Fijación del tipo de cambio { Fijo Libre
Flexible, etc...
Control de cambios - limitando la asignación de divisas disponibles para comprar del exterior.
(ambas dentro de la Política monetaria)
Prohibiciones a importar
Restricciones cuantitativas { Globales
Bilaterales
Aranceles aduaneros { Fijos
Preferenciales
(dentro de la Política Comercial exterior)

Prohibiciones a importar. - Abarca productos peligrosos, nocivos a la salud, insalubres, donde hay condiciones difíciles de cubrir. También entraría aquí el deseo de atraer inversión extranjera, reservándose el mercado local para algún tipo de producto.

Restricciones cuantitativas. - que pueden ser a través de cuotas o cupos y donde se establecen contingentes máximos permitidos a la importación, generalmente durante un mes, 3 meses, un año. Las licencias o permisos de importación que el gobierno concede y que en la actualidad en México son muy pocos los productos que lo necesitan; tienen un límite en cuanto a la cantidad de importación, esta fijación puede hacerse en forma global o en forma bilateral. En forma global; se fija un contingente total de importaciones de mercancías sin importar su procedencia hasta que el cupo global quede cubierto (es menos restrictivo). En la forma bilateral; las autoridades llegan a fijar hasta incluso el volumen de las importaciones de cada país o zona económica extranjera (es más restrictivo).

En caso que hubiere necesidad de seguir importando mercancías con permiso de importación y se sobrepasara dicho nivel, se pagará un arancel superior al aplicando al artículo o bien importado.

Aranceles aduaneros. - En forma general, se considera en este estudio; como el instrumento de política comercial exterior, (impuesto) que se aplica a los productos importados; es decir, con su sola aplicación resulta factible importar en el país cuanto producto extranjero se quiera. El arancel aduanero puede tener una finalidad principal de origen fiscal o de origen protector de la industria nacional. El gravamen puede hacerse: 1.- en términos de porcentaje sobre el valor de las mercancías importadas, (derechos ad-valorem), 2.- derechos específicos, es decir por cada unidad, por peso, por longitud, por pieza, etc., 3.- en términos alternativos (-mixtos-).

Un cuarto instrumento utilizado en la política de importación es el grado de proteccionismo que se aplique a las mercancías importadas, fija tratamientos diferenciados de acuerdo con el cual sea el origen de las mercancías. La base sobre la cual se establece esta diferenciación es la de los acuerdos bilaterales o multilaterales que la nación fije basándose generalmente en criterios de reciprocidad. En un acuerdo comercial celebrado entre 2 países (acuerdo bilateral), ambos se conceden ventajas comerciales con base a listas, que comprenden una variedad de productos para los cuales se conceden cuotas de importación poco restrictivas o reducciones de tarifas arancelarias. Cuando el país ha firmado en el Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio (GATT), se ve obligado a extender este tratamiento aduanero concedido a un país, al resto de países o partes contratantes (acuerdos multilaterales).

La importancia de lo anterior estriba en que este tipo de políticas las vemos patentes en la política de comercio exterior llevada a cabo por el Gobierno mexicano ante la aceptación de México en el GATT a partir de marzo de 1965, en donde esta política nos orienta a una liberalización de nuestro comercio exterior. Política que en la actualidad es operada y que tiene diferentes efectos que deben conocer las empresas dedicadas a la actividad productora y exportadora. (1)

Ahora bien, al referirnos a política de Exportación, nos referimos a las bases necesarias para favorecer las exportaciones nacionales. Es decir, actividades en que una persona o una empresa realiza para vender sus productos más allá de sus fronteras territoriales en mercados extranjeros. Dentro de los mecanismos utilizados por esta política, encontramos para este fin los siguientes:

Política de Exportación	Tipo de cambio. - su fijación a través de una subvaluación permite incrementar nuestras exportaciones en el exterior y da una mayor disponibilidad de divisas. (política monetaria).
	Acuerdos Comerciales. - para abrir los caminos a la exportación nacional estableciendo regímenes de compensación o trueque, a no poner trabas a la importación de mercancías y establecimiento de aranceles aduaneros preferenciales. (política comercial exterior).
	Fomento de las Exportaciones por la acción de
	Sector Público Sector Privado

(1) Efectos que se analizarán en el Capítulo II. 2. 3.3. en los mecanismos útiles que debe conocer el exportador mexicano.

No se quiere profundizar en cada uno de estos elementos, pues como ya se dijo, en los capítulos posteriores los analizaremos más a fondo, sólo tratamos de esbozar los mecanismos utilizados por la política de exportación, a fin de que el hablar de exenciones fiscales, créditos a la exportación, etc., sepamos en qué parte de nuestra política comercial exterior podemos enmarcarlo. (2)

Por parte del sector privado, la promoción y estímulos a la exportación está dada por la propia empresa (3) que lleva a cabo la comercialización en el exterior de sus exportaciones y por organizaciones del sector privado (4) como son Cámaras de Comercio locales, nacionales, Organizaciones sectoriales, industriales, etc. . .

Política Comercial Exterior para el período de 1970-1982.

La política económica llevada a cabo por el Gobierno Mexicano durante el período de 1972-1975 condujo a una rápida y creciente inflación y al deterioro de nuestra balanza de pagos, pero manteniendo estable el tipo de cambio. En 1970 se disminuyó el crecimiento del gasto público corriente pues hasta esa fecha se había financiado por el incremento de inversión extranjera, por incremento de la deuda externa y por el incremento de la emisión monetaria interna; ello implicó que para este año se diera una caída en la inversión pública y propició el inicio de una serie de devaluaciones, lo que afectó directamente en nuestra economía a nivel general.

Las políticas del presidente José López Portillo siguieron pautas similares. En 1977, la inversión y el gasto público se mantuvieron relativamente constantes, pero de 1977 a 1981 el gasto público se aumentó en casi 50% y la inversión pública se duplicó, lo que propició la elevación del déficit del sector público. (financiado por endeudamiento externo y emisión monetaria).

-
- (2) Podrán viglumbrarse diferentes programas de promoción y fomento a las exportaciones como es el de Importación Temporal para las Exportaciones PITEK, Devolución de Impuesto general a la Importación (Draw-Back) etc., los cuales son creados en base a los criterios y objetivos de la Política Comercial.
- (3) A través de diversos canales de distribución como son: comerciante exportador, consorcio de exportación, sucursales de venta en el exterior, agentes y representantes.
- (4) Conjunto de asociaciones, corporaciones o instituciones que se agrupan y/o tienen intereses comunes que defender, operan en un país, en una región o en una determinada rama económica.

Las devaluaciones de 1976-1977 (5) y los importantes descubrimientos petroleros de esos años prometían una confortable situación de balanza de pagos. Esta mejoría y la posibilidad de futuros aumentos de la exportación de petróleo creó una tendencia a disminuir los niveles de protección frente a las importaciones. Surge con ello la idea de que era necesario liberar las importaciones para reducir la brecha antiexportadora y aumentar así la eficiencia de la industria mexicana exponiéndola a la competencia externa.

La proporción de productos sujetos a permisos de importación bajó de 80% en 1977 a 24% en 1979, acompañados de aumentos de aranceles para permitir el ajuste de las empresas al nuevo régimen. Se suponía que los nuevos aranceles serían temporales, pero la sobrevaluación del tipo de cambio (6) del peso mexicano en relación al dólar obligó primero a mantenerlos y después a aumentarlos.

La liberación de importaciones fue más limitada en términos de valor. En 1974 alrededor de 74% de las importaciones estaba sujeto a permisos, mientras que para 1979 era de 60%. El elevado porcentaje de las importaciones de bienes de capital aumentó el valor de los bienes sujetos a permiso.

La liberalización de importaciones en 1977-1979 parece haberse concentrado en bienes que no afectaban mayormente los intereses de los productores nacionales. A fines de 1979 y principios de 1980, la Secretaría de Comercio preparó planes para una liberalización mayor, sin embargo debido a la sobrevaluación del tipo de cambio tales planes no se llevaron a cabo. Por el contrario, la decisión de no ingresar al GATT en 1980, implicó mayores restricciones a la importación. El establecimiento de tales restricciones adquirió impulso en 1981 cuando también se aumentaron los aranceles. Ante la crisis de divisas en 1982 volvieron a repetirse dichos incrementos. Aunque se incrementaron los subsidios a las exportaciones, al otorgar certificados de devolución de impuestos (CEDIS) por un monto de 8% en promedio del valor exportado, además de la devolución del recien adoptado impuesto al valor agregado IVA, ello estaba muy lejos de compensar el aumento de la protección frente a las importaciones.

Las manufacturas siguieron sufriendo las consecuencias de la sobrevaluación del peso, apenas compensadas por los subsidios a

(5) De 12.50 a 19.70 y de 22.50 a 23.50 hasta 1981, se siguieron realizando pequeñas devaluaciones hasta llevar el tipo de cambio a 26.20 pesos por dólar.

(6) Sobrevaluación. - con nuestra moneda en relación con el dólar, podemos comprar mas cosas del exterior, pero nuestras ventas son más caras y por tanto pierden competitividad.
Subvaluación. - promueve exportaciones y restringe importaciones, ya que nuestros productos se hacen más baratos en el exterior y se hacen más competitivos.

la producción establecidos por el Programa de Desarrollo Industrial de marzo de 1979.

Por otro lado, esa sobrevaluación del tipo de cambio real también afectó a las exportaciones de productos primarios; el establecimiento del Sistema Alimentario Mexicano (SAM) afectó de igual forma a las exportaciones agrícolas, ya que aumentó los precios de garantía de productos destinados al consumo interno, lo que propició más aún que éstos desplazaran de las zonas de riesgo a productos de exportación de mayor valor.

En suma, podemos decir que las ventas de México en el exterior (exceptuando el petróleo y sus productos) se estancaron durante el período de 1975 a 1981 en términos de dls., en ese tiempo las ventas petroleras se multiplicaron en aproximadamente 10 veces.

A continuación se mostrarán cuadros en los que se destacan por un lado la evolución de las Importaciones y Exportaciones y por otro su participación en el PIB; nos podemos dar cuenta la mayor participación de las importaciones hasta 1981, distinguiendo como a partir de 1982 la tendencia es contraria y empieza a favorecer a las exportaciones debido a las reformas de política económica determinadas en el Plan Nacional de Desarrollo programadas para el período de 1983-1988, en lo que se refiere a política exterior, su objetivo es el de eliminar ese déficit y ayudar a restaurar un equilibrio en nuestra Balanza Comercial.

C U A D R O N O . 1

EVOLUCION DEL VALOR DE IMPORTACIONES-EXPORTACIONES (MILLONES DE DOLARES)

Año	Importaciones	Exportaciones	Saldo
1975	7 128	3 062	4 066
1976	6 679	3 655	3 024
1977	6 022	4 649	1 372
1978	8 336	6 003	2 273
1979	11 979	8 817	3 162
1980	18 882	15 134	3 698
1981	23 929	19 419	4 510
1982	14 437	21 229	6 792

FTE: Anuario Estadístico Bco. México 1985.

C U A D R O N O . 2

IMPORTACIONES Y EXPORTACIONES S/PIB (MILLONES DE DOLARES)

	1975	1980	1981	1982	1983	1984
Importaciones	7 128	18 882	23 929	14 437	8 550	11 254
Imp. s/PIB	7.6	10.1	10.	8.8	7.5	7.1
Exportaciones	3 062	15 134	19 419	21 229	22 312	24 053
Exp. s/PIB	3.5	8.1	8.1	12.9	19.6	15.1
FTE: Anuario Estadístico Bco. México				1985.		

Se deduce por tanto que la política comercial exterior llevada a cabo por el Gobierno de la República en dicho período, intensificó en éste, medidas proteccionistas y estimuló las importaciones con la sobrevaluación del tipo de cambio, lo que propició una discriminación en las exportaciones nacionales, es decir, el empeño mexicano por promover exportaciones fue muy pobre en razón de productos manufacturados y de primarios no petroleros. Al llegar a este punto comprobamos cómo se ha fomentado exportaciones en sectores más dinámicos de la economía nacional (caso del petróleo) tratando con ello de obtener ingresos o divisas benéficas al país, dejando por un lado los productos no tradicionales, los cuales también tenían buenas oportunidades de comercialización y participación en los mercados extranjeros.

Reformas de Política Comercial para el período 1983-1988.

A finales del año de 1982 se vislumbra la economía nacional inmersa en una profunda crisis. El gasto público se incrementó en más del 50% respecto a 1976 y su déficit público se financió por emisión monetaria y endeudamiento externo que para este año su acumulación alcanzó cifras mayores a 80,000 millones de dlts. con desproporcionado peso de servicio de la deuda y virtual suspensión de pagos con el exterior, en cuestión financiera se restringen los créditos internacionales (también crisis internacional) por altas tasas de interés, se devalúa el peso mexicano en marzo de 1982 de 22.77 a 112-115 y 125 pesos por cada dltr. lo que propicia una gran especulación haciendo que los ahorradores saquen su dinero de sus cuentas bancarias nacionales para llevarlas muchas veces al extranjero. Duplicación de tasa de desempleo y deterioro creciente del mercado laboral, contracción de la producción agrícola y manufacturera, niveles de inflación de 100% y aceleración de la misma, contracción del Ingreso Nacional, se nacionaliza la banca privada lo que provoca incertidumbre política. En suma, el país se encuentra en una total recesión económica con una planta productiva en decadencia.

Con la nueva administración del presidente Miguel de la Madrid Hurtado se plantean reformas totales en la política económica existente a través del Plan Nacional de Desarrollo (PND) para el período de 1983-1988, en el se asigna una importancia prioritaria a la modernización y reorientación del aparato productivo a través de objetivos fundamentales como son: abatir la inflación, defender el empleo, proteger el consumo básico de las mayorías, superar los problemas financieros y la inestabilidad cambiaria, recuperar la capacidad de crecimiento. (7)

Racionalización de la protección comercial:

El proceso de racionalización de la protección comercial ha inducido a la planta industrial a que eleve sus niveles de eficiencia y productividad al tener que enfrentar una mayor competencia del exterior.

(7) De la Madrid H. Miguel, Plan Nacional de Desarrollo (1983-1988). Poder Ejecutivo Federal. 1a. ed. México SPP. 1983. página 430.

A partir de 1983, el Gobierno Federal empezó a instrumentar el cambio del permiso previo de importación por el arancel, ya que este otorga mayor transparencia al sistema de protección, es decir, se tomaron decisiones para sustituir los permisos de importación por aranceles, brindando un incentivo transparente y benéfico al fisco sin que ello implique desproteger súbitamente a las industrias nacionales.

A mediano plazo, el objetivo ha sido el reducir los niveles y la dispersión de los aranceles, el avance logrado en la instauración de medidas al respecto ha sido significativo.

A principios de 1983, todas las fracciones de la tarifa del impuesto general de importaciones estaban sujetas a permiso previo de importación. En 1984, se realizó la primera etapa del proceso de sustitución de permisos por aranceles, liberándose de permiso a 2844 fracciones. En mayo de 1985 el número de fracciones liberadas alcanzó la cifra de 7 306 fracciones y al 31 de octubre de ese año, únicamente 306 de un total de 8 410 fracciones, continuaban sujetas a permisos. (*)

Para 1988 se puede señalar que la etapa de cambio de este instrumento prácticamente se ha terminado (*), ya que alrededor del 90% de las fracciones que integran la tarifa de importación y por las cuales se canaliza el 75% del valor total importado, se encuentran libres de requisito de permiso previo, lo cual nos permite afirmar que contamos con un sistema moderno que brinda una protección adecuada y transparente a la planta industrial, que elimina los trámites innecesarios favoreciendo en su caso una mejor asignación de recursos.

A llegar a este punto, observamos que en 1983 todas las importaciones estaban sujetas a permiso previo y existían 10 niveles arancelarios en un rango del 0 al 100%, para octubre de 1987 sólo el 27.2% de las importaciones se encontraban controladas y los niveles arancelarios se redujeron a 7 en un rango entre 0 y 40%.

(*) Con un sector exportador grande y diversificado, el crecimiento de nuestra economía es menos susceptible a cambios en las tasas de interés internacionales y se alivia el peso de la deuda externa, por ejemplo: en 1980 el precio del petróleo se cotizaba en 30 dls. por barril, en feb. de 1988 su precio era de 16.05 dls., lo que implica una caída en términos nominales, y una caída en su poder de compra en términos reales, antes participaban en una mayor proporción en pago de servicios de la deuda (que era menor) que en la actualidad; la exportación de manufacturas canaliza mayores recursos para el pago de servicio de la deuda pues, en 1982 alcanzaría pagar la cuarta parte del servicio de la deuda, en marzo de 1988 pagarían el 122.3% de los intereses.

(*) Se ha procedido por etapas en la liberalización, comenzando por los bienes de uso intermedio y terminando con los de consumo final, haciendo que la industria nacional tenga tiempo para adaptarse.

(B) Aquí sólo se refiere al permiso previo, pues sabemos que en trámites normales, existen obstáculos y frenos que dinamizan este proceso.

El programa de desgravación arancelaria previamente concertado con el sector productivo, consideraba su aplicación en 4 etapas y se estimaba terminarlo en octubre de 1988. Sin embargo, los problemas provocados por la caída de los precios del petróleo en 1986, y los generados por los movimientos bursátiles especulativos a finales de 1987, propiciaron a acelerar ese proceso de desgravación para contribuir a frenar las altas presiones inflacionarias como apoyo al Pacto de Solidaridad Económica. Ello implicó que los niveles arancelarios se redujeran a 4 y el arancel máximo se fijó en 20%.

El propósito de tal decisión, es disminuir los gravámenes para insumos de importación necesarios para nuestra planta productiva, insumos necesarios para la elaboración de productos exportables, bienes de consumo final, etc., que a fin de cuenta permiten al consumidor elegir entre la producción nacional y las mercancías importadas así como entre los precios.

Fomento a las Exportaciones.

El fomento a la actividad exportadora en el pasado sexenio, ha sido un factor determinante de la estrategia de cambio estructural.

A partir de 1985, el Programa de Fomento Integral a las Exportaciones (PROFIEX), ha estimulado el crecimiento de la exportación de manufacturas, ha reforzado acciones de apoyo y adecuación a los cambios de la economía nacional e internacional proporcionando a los productores nacionales, condiciones similares a las que otros países ofrecen a sus exportadores en materia fiscal, aduanera, financiera y administrativa. Con ello, México respeta las normas internacionales estableciendo una política de fomento que desecha los subsidios como práctica para respaldar sus exportaciones.

Este programa de fomento contiene un conjunto de medidas que tienden a descentralizar funciones, eliminar trámites, disminuir costos, apoyar a exportadores indirectos y financiar en condiciones competitivas la exportación de productos no petroleros.

Este trabajo reitera, la importancia que tiene el conocer los diferentes instrumentos de política económica en materia de comercio exterior, pues con ello se pueden beneficiar no solo las empresas altamente exportadoras, sino también las empresas exportadoras pequeñas y medianas.

Los beneficios que ha traído dicho programa son muy diversos, por ejemplo: el sector industrial paraestatal ha estado activamente presente en el proceso de reconversión industria y la

apertura al exterior, actuando a través de las exportaciones y la promoción selectiva de la sustitución de importaciones. De 1982 a 1986 las exportaciones de este sector industrial se elevaron 2.8% al 5% respectivamente, y para 1987 se elevó a 42.2% respecto a 1986. (9)

En materia de sustitución de importaciones se continuó impulsando el sistema de compras globales, (10) mediante la estandarización y tipificación de materiales, equipo y partes necesarias para la construcción, conservación y operación de instalaciones, así el contenido importado del gasto sectorial bajó, en promedio, alrededor del 40% en 1982 a cerca de 25% en 1986.

Fortalecimiento de las negociaciones comerciales internacionales.:

Como premisa es bueno mencionar que México sustenta su vinculación con el mundo en los principios de equidad y no discriminación y con base en ellos, actuamos en los ámbitos multilateral, regional y bilateral.

Nuestra vinculación con las economías internacionales es sobresaliente en el orden multilateral. Un hecho ha sido la adhesión de México al GATT, hecho que ha tenido como propósito el impulsar nuestra participación con el comercio mundial y contar con una mejor posición para combatir las tendencias proteccionistas de los países industrializados, a través de la expansión y liberalización comercial cada vez mayor, mediante negociaciones arancelarias, ventajas y obligaciones mutuas y reciprocidad global a través de no existir discriminación en base al principio de Nación mas Favorecida.

En el orden Regional, México ha fomentado el fortalecimiento de la integración mexicana ampliando sus acuerdos de alcance parcial con todas las partes contratantes y suscrito otros con países centroamericanos y del Caribe; a la vez, ha negociado diversos acuerdos comerciales que benefician varias ramas industriales como la química, petroquímica, eléctrica. Tenemos por ejemplo: el acuerdo con Argentina y México en el que como resultado a estos acuerdos de integración regional, se dio apertura a una planta de petroquímica y sus derivados en Argentina en junio de 1988, en dicho proyecto se llevaron esfuerzos conjuntos de capital, tecnología, etc.

(9) NAFINSA. "Criterios Generales de Política Económica para 1988". Revista El Mercado de Valores #1 Enero de 1988 p. 11.

(10) Política de Importación-Restricciones Cuantitativas Globales. Comentado al inicio de Este capítulo.

En el trato bilateral, se ha acercado a los países industrializados para mejorar los mecanismos de cooperación, tenemos por ejemplo el caso de Estados Unidos, por la magnitud de intercambio con ese país. En noviembre de 1987 se firmó un entendimiento que comprende un marco de principios y procedimientos de consulta sobre las relaciones de comercio e inversión entre ambos países, ello ofrece a México mayor seguridad en sus nexos con su principal socio comercial.

También en el ámbito bilateral, destaca la reciente negociación del Programa de Largo Alcance de Cooperación Económica, Comercial y Científico-Técnica entre México y la Unión Soviética, que permitirá el establecimiento de condiciones adecuadas para el desarrollo de los vínculos económicos entre ambos países, previéndose en el terreno comercial diferentes mecanismos, incluidos de intercambio compensado y los financieros para fortalecer dichas transacciones. El programa también posibilita la celebración de tratados. Es importante remarcar en ello la consideración que se da a México como país en desarrollo y por lo tanto, acreedor a un trato más favorable en la cooperación económica y científico-técnica en relación con ese país.

Integración de Franjas Fronterizas y Zonas Libres:

Dentro de las zonas libres se ha impulsado el establecimiento de empresas maquiladoras (11) por su aportación a la generación de divisas y empleos, además que significan para las empresas del país una plataforma de exportación indirecta.

El impulso que ha dado el Gobierno Federal a este tipo de empresas, a llevado a la expansión de las mismas a establecer para junio de 1987, 1 051 plantas (*) que emplean en promedio 271 personas cada una. De donde el 43% del total, son fábricas de aparatos electrónicos, y el 40% corresponde a la rama textil.

Su importancia en la generación de divisas ha traído su atención a nuestra economía, pues para 1986, el valor agregado de esta industria alcanza 1,285.1 millones de dólares; su contribución a la balanza de pagos es mayor que la del sector agrícola. (12)

(11) Entendemos por maquiladora o producción extraterritorial o ensamblado foráneo, a empresas extranjeras principalmente de origen norteamericano que se establecen en franjas fronterizas y zonas libres, en este caso, en territorio mexicano, aprovechando la utilización de uno o más factores de elaboración. Por ejemplo: se aprovecha el bajo costo de mano de obra donde existe un excedente de ella, enviando productos sin terminar o piezas para que los países receptores realicen el montaje o procesamiento correspondiente, para después mandar el producto terminado a su país de origen o a otros países.

(12) BANAMEX, "Las maquiladoras, una opción para México?", Revista: Examen de la situación económica en México.

Vol. LXIII. No. 744. Noviembre de 1987. p453.

(*) Aumento de 22% respecto a 1986 aunque por sus características son fábricas pequeñas por lo que su valor agregado por planta es igual a 1.5 millones de dólares contra 1.56 en 1986 y 1.60 en 1985.

Por lo tanto, a raíz de los cambios en la política económica que reorienta el proceso de desarrollo hacia la apertura comercial, existen actualmente los incentivos para expandir aún más el mercado de maquiladoras. En Sonora por ejemplo existe el proyecto de abrir siete nuevas plantas maquiladoras.

Política Cambiaria

C U A D R O N o . 3

EVOLUCION DEL TIPO DE CAMBIO (Pesos por dólar-Fin de Período)

Tipo de Cambio	1983	1984	1985	1986	1987	1988
Controlado	143.0	102.51	371.5	923.0	2198.5	2257
Libre	161.3	209.93	447.5	914.5	2225	2297.5

Fuente: Elaborado por el autor, según datos Banco de México.
Indicadores Económicos.

La política cambiaria, junto con un proceso de apertura comercial favoreció la actividad exportadora de nuestro país, principalmente de productos manufacturados. Asimismo, alteró los términos de intercambio y mejoró de manera generalizada, la posición de la producción mexicana frente al extranjero. Además, los niveles congruentes y reales del tipo de cambio, permitieron fortalecer el valor de nuestras exportaciones, beneficiando así nuestro saldo en balanza comercial, siendo superavitario a partir de 1983.

Hasta mediados de febrero de 1987, el mecanismo cambiario de doble paridad, con un tipo de cambio controlado y otro libre, permitió un funcionamiento razonable de mercado. En octubre de 1987, como consecuencia del desplome bursátil externo, la permanencia de la inflación en niveles elevados y la persistencia de un déficit público elevado en términos nominales, produjeron un deterioro significativo en las expectativas acerca de la evolución de la economía mexicana. Ello manifestó un desplome sin precedente en el mercado bursátil nacional y un incremento en la demanda de dólares en el mercado libre que ante el retiro de Banco de México, propició la devaluación del 19 de noviembre; devaluándose nuestra moneda de 1 634.1 (controlado) y 1 633.5 (libre) a 2 198 y a 2 370 respectivamente. (*)

(*) Devaluación de 22% que abre el margen de subvaluación a cerca de 50% operando como amortiguador ante nuestro proceso de apertura comercial aunado a la reducción de aranceles; sofoca la demanda de Dls. y preserva la reserva de Banco de México.

INDICE DE CUADROS Y GRAFICOS:

C U A D R O S

1.	Evolución del valor de importaciones y exportaciones (1975-1982).	6
2.	Importaciones y exportaciones en relación al PIB -- (1975-1984)	6
3.	Evolución del tipo de cambio	12
4.	Evolución de exportaciones (1974-1982)	16
5.	Precio del Petróleo por Barril (1976-1982)	16
6.	Comercio Exterior (1980-1988)	19
7.	Importación por tipo de bien (1980-1988)	21
8.	Exportación de manufacturas	29
9.	Agencias y sucursales en el exterior	38
10.	Intercambio compensado	55
11.	Fecimiento de Exportación	62
12.	Conocimiento de embarque.	67
13.	Funcionamiento de crédito documentario con pago contra documentos	70
14.	Certificado de origen (BOP)	71
15.	Esquema de una compra-venta internacional	75
16.	Cuestionario para conocer las barreras reales ó percibidas a la actividad de exportación en México	92
17.	Resultados estadísticos	95
18.	Módulo de detección de oferta exportable	106
19.	Relación de publicaciones BANCOEXT	111
20.	Instituciones y organismos relacionados con el comercio exterior de México (localización y funciones)	131

G R A F I C O S

1.	Medidas de política económica de comercio exterior - (1983-1988)	14
2.	Saldo Balanza Comercial (1980-1988)	17
3.	Exportaciones totales (1980-1988)	24
4.	Importaciones totales (1980-1988)	24
5.	Balanza Comercial (1980-1988)	27
6.	Tipo de cotizaciones utilizadas en comercio exterior	78

A la inestabilidad cambiaria se sumaron la amenaza de hiperinflación y el riesgo de una crisis financiera. En este contexto, se aceleraron las presiones inflacionarias, por lo que el 15 de diciembre de 1987, el Gobierno Federal en concertación con los sectores obrero, campesino y empresarial, pone en práctica un programa económico (Pacto de Solidaridad Económica) cuyo objetivo central es abatir la inflación. En lo que respecta a política cambiaria y a comercio exterior (13), el pacto, comprendió la siguiente estrategia para 1988 :

- Reducción de las barreras al comercio exterior, alentando con ello al sector exportador; se profundiza en el proceso de sustitución de permisos previos por aranceles, el arancel máximo se reduce de 40 a 20 por ciento. Se promueve el flujo de mercancías a través del transporte ferroviario y de los sistemas carretero y portuario. Eliminación de los precios oficiales para con ello tratar de agilizar los trámites aduaneros.
- El tipo de cambio se operaría de tal manera que contribuyera a disminuir las presiones inflacionarias y mantener condiciones competitivas para la planta productiva nacional. Por consiguiente, la concertación del pacto respecto a la política cambiaria a partir de marzo de 1988 es: que las autoridades financieras mantendrían fijo el tipo de cambio con respecto al dólar en el nivel correspondiente a 2 241 (compra) y 2 273 a - la venta para el dólar controlado (ventanilla),(14) concertación hasta el 31 de agosto, y que será hasta el fin de la administración del presidente De la Madrid. (noviembre de - 1988).

(13) Cabe destacar al referirse a estos aspectos, que existen elementos positivos: a. - existe una sólida situación de balanza de pagos, con superávit en cuenta corriente, b. - un nivel satisfactorio de las reservas internacionales del país, c. - importantes cambios en la estructura de comercio exterior.

(14) De la Madrid H. Miguel, Evolución P. S. E. mensaje T. V. el día 7 de marzo de 1988.

GRAFICO No. 1

Medidas de política económica importantes
al Comercio Exterior (1983-1988).

RACIONALIZACION A LA PROTECCION COMERCIAL.
Sustitución de permisos de importación -- por aranceles 90%, -- reducción arancel de 40 a 20% máximo.

FOMENTO A LAS EXPORTACIONES.
PROFIEX
Importación temporal
BANGOMEXT
Estímulos fiscales.

POLITICA CAMBIARIA
Tipo de cambio controlado.
Tipo de cambio libre
Subvaluación
Fijación cambiaria - temporal.

NEGOCIACIONES INTERNACIONALES.
Adhesión al GATT.
Acuerdos regionales.
Acuerdos bilaterales.

FRANJAS FRONTERIZAS Y ZONAS LIBRES.
Cooperación económica México-E. U.
Maquiladoras.

Medidas que han permitido crecer nuestras exportaciones, permitiendo ser superavitarias en Balanza Comercial a partir de 1982.

1.2 Análisis y evaluación de las exportaciones actuales de México.

1.2.1 Avance de nuestras exportaciones en la Administración (1983-1988).

México, reconocido internacionalmente como país en vías de desarrollo y comercialmente como país monoexportador, ha tratado principalmente en los últimos años, modificar su plataforma de exportaciones a través de diferentes disposiciones y programas de política económica. El papel que juega la exportación del petróleo, ha determinado en buena medida el comportamiento actual de nuestras exportaciones.

A partir de 1976, el sector petrolero entra en auge, debido al fuerte incremento del precio mundial del petróleo, pasó de 12.40 dólares por barril en 1976 a 19.41 dólares en 1979 y a 31.12 dólares en 1980, aunado al descubrimiento de grandes yacimientos petroleros; coloca a México como uno de los principales países exportadores de petróleo en el mundo. El incremento de valor de este tipo de exportaciones pasa de 513 millones de dólares en 1976 a 18 477 millones de dólares en 1982 originando una fuerte entrada de divisas necesarias para nuestro país; lo anterior influyó para que se diera una especial atención a este sector de nuestra economía, desalentando de otro modo a sectores no tradicionales para la exportación.

En el cuadro No. 4, observamos como a partir de 1976 el sector petrolero participa en una menor proporción de nuestras exportaciones; es decir, en 1976 participa con un 15.5% mientras que para 1982 lo hace en un 78.4%, siendo lo contrario para los sectores exportadores no petroleros, pues pasan de 84.5% del total en 1976 al 21.6% en 1982.

En 1982 el contexto internacional, influye y da un vuelco en nuestra economía, pues el precio internacional del petróleo empieza su tendencia a la baja de 33.2 dólares por barril en 1981 a 28.59 dólares por barril en 1982 e inicios de 1983 a 24.75 dólares, (véase cuadro No. 5) generando una importante disminución en el flujo de divisas entrantes a nuestro país. Lo anterior, junto con factores de gran presión interna como es altas tasas de inflación, desempleo, falta de inversión, crédito etc., que propiciaron que nuestra economía entrara en recesión.

C U A D R O N o . 4

EVOLUCION DE EXPORTACIONES
(MILLONES DE DOLARES)

Año	Petro- leras	Partic. %	No petro- leras	Partic. %	Total	Importa- ciones.
1976	513.2	15.5	2 802.6	84.5	3315.8	6 029.6
1977	1023.6	23.2	3 392.8	76.8	4416.4	5 889.8
1978	1945.1	32.1	4 118.0	76.9	6063.1	7 917.5
1979	3956.2	44.9	4 861.3	55.1	8817.7	11979.7
1980	10439.0	68.2	4 838.6	31.8	15307.5	18486.2
1981	14592.1	75.1	4 827.5	24.9	19419.6	23929.5
1982	16477.1	78.4	4 529.0	21.6	21006.1	14421.7

FTE: Subdirección investigación económica-Subsecretaría de
Hacienda y Crédito Público con base en datos Banco de
México (pag 5).

C U A D R O N o . 5

PRECIO DEL PETROLEO POR BARRIL
(DLS)

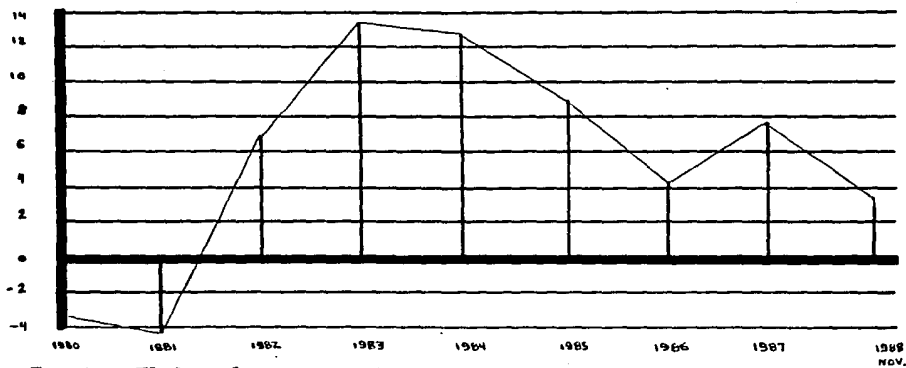
Año	Precio
1976	12.40
1977	13.23
1978	13.23
1979	19.41
1980	31.12
1981	33.20
1982	28.59

FTE: Subdirección investigación económica-Subsecretaría de
Hacienda y Crédito Público con base en datos Banco de
México. Ibid pag-8.

El año de 1982, es importante para la balanza y comercio exterior mexicano, ya que, después de varias décadas, nuestras exportaciones crecen más que nuestras importaciones, es decir, nuestro saldo en balanza comercial pasa de un déficit de 4 510 millones de dólares en 1981 a un superávit de 6 792 millones de dólares para 1982 (gráfico No. 2), esto es por uno de los mayores niveles de ventas de petróleo, que como ya mencionamos, su precio aún alto, origina ingresos por exportaciones de petróleo de hasta 16 477 dólares, lo que representó un 78.4% de las exportaciones totales. Sin embargo, la balanza comercial, todavía no muestra una clara orientación hacia la exportación.

GRAFICO No. 2

SALDO BALANZA COMERCIAL
(miles de millones de dólares)



Fuente: Elaborado por cuenta propia en base a datos de Banco de México.

La baja en un 40% del total, pasando de 23 929 millones de dólares en 1981 a 14 437 millones de dólares para 1982, debido al deterioro del peso mexicano frente al dólar (devaluación) y al ejercicio de control de importaciones, principalmente sobre bienes suntuarios y de consumo duradero, aunque también afectó a la importación de bienes de capital; pues bajan en un 40.5% para 1982.

A partir de 1983, México inicia un proceso de cambio que se puede considerar estructural, en el que se definieron estrategias fundamentales de reordenación económica. En cuestión de política de comercio exterior, la exportación de productos manufacturados se vislumbra como la alternativa más viable para captar las divisas que México necesita, se habla así, de un cambio estructural en nuestro comercio a través de continuar nuestro desarrollo económico por una vía diferente al endeudamiento y a la venta externa de hidrocarburos; todo ello materializado en decretos y medidas para el fomento de esa actividad. (15)

El año de 1983 es difícil para nuestras exportaciones a pesar que nuestro saldo en balanza comercial es superavitario en un 101% respecto a 1982, siendo uno de los mayores niveles de superávit comercial estableciéndose en 13, 578 millones de dólares, ello se debe a una enorme disminución de las importaciones en un 46.5% con respecto a 1982 situándose en un nivel de 7 720 millones de dólares. (Véase cuadro No. 6 comercio exterior).

La subvaluación del tipo de cambio, el control de cambios para racionalizar y administrar la escasez de divisas para importaciones de insumos necesarios a la producción, el excesivo proteccionismo a la planta industrial (todas las importaciones sujetas a permisos previos) y diversos factores internos, originan la disminución de importaciones de bienes de consumo en un 59%, de bienes de uso intermedio en un 31%, y de bienes de capital en un 40.5% con respecto a 1982. (Véase cuadro No. 7 importaciones x tipo de bien). Las ramas que más se perjudican son productos metálicos, maquinaria y equipo.

Para el año de 1984, las ventas al exterior ascendieron a --- 24, 195 millones de dólares, teniendo un pequeño incremento del 13% respecto a 1983. Esto se debe al apoyo y fomento que empieza a realizar el Gobierno Federal, pues en febrero de 1984, aún establecido el Instituto Mexicano de Comercio Exterior (IMCE), se realiza un estudio sobre la eficiencia de la actividad manufacturera del país para detectar las ventajas comparativas de las diferentes ramas y productos; los resultados sirvieron como indicadores para estimar las oportunidades de exportación sólo a corto plazo, sin embargo, no dejaron de ser orientaciones valiosas, pues aunque la subvaluación del tipo de cambio controlado es de solamente el 10%, las exportaciones manufactureras se incrementaron en un 52% respecto a 1983. (Véase cuadro No. 6).

(15) Estrategia económica y social, mencionada en nuestro Capítulo I primera parte.

Con lo que respecta a las importaciones, su valor también se incrementa pasando de 7 720 millones de dólares en 1983 a 11 254 millones de dólares, representando un aumento del 45% en el total; su mayor resultado se da en la importación de bienes de uso intermedio el cual crece su valor en 30% respecto al año anterior. Hay que recordar que en 1984, se realizó la primera etapa del proceso de sustitución de permisos por aranceles, liberándose de permiso a 2 844 fracciones.

Existen tendencias desfavorables en nuestra economía en 1985 a pesar que se había crecido en 1984. Las tendencias desfavorables de la actividad económica se debieron entre otras causas, al desbordamiento del gasto público, a la menor oferta de crédito interno desalentando la inversión en nuestra planta productiva, al escaso crédito externo, al incremento de la inflación, al deterioro de los términos de intercambio, etc. En suma, durante 1985 nuestras exportaciones descendieron en un 10%, tanto en petróleo, como en productos no petroleros; en este último nuestras exportaciones de manufacturas bajaron un 5% respecto a 1984, influidas, en parte por la caída del tipo de cambio real en el primer semestre, (16) de igual forma se deterioró nuestra balanza de pagos y las reservas de Banco de México.

C U A D R O N o . 6

COMERCIO EXTERIOR

(1980 - 1988)

(Millones de dólares)

	1980	1981	1982	1983	1984
EXPORTACIONES					
TOTALES	15192.2	19419.6	21229.7	21398.9	24196.0
Petroleras	10441.3	14573.3	10477.2	10001.3	10001.3
No Petrol.	4090.9	4846.3	4752.5	5397.2	7594.7
Agropec.	1527.9	1480.9	1233.3	1284.8	1400.8
Extract.	511.9	677.3	501.6	446.8	539.1
Manufact.	2051.0	2088.2	3017.6	3665.5	5594.8
IMPORTACIONES					
TOTALES	18832.3	23929.6	14437.0	7720.4	11254.3
SBC*	-3700.1	-4510.0	6792.7	13678.5	12941.7

(16) El tipo de cambio real, relaciona el poder de compra de una moneda en su propio país con el de otra moneda o conjunto de monedas. El tipo de cambio real disminuyó, por que durante este lapso, los precios en México subieron más que en otros países con los cuales comercia, a la vez que el tipo de cambio nominal no alcanzó a cubrir los diferenciales de inflación.

CONTINUACION DEL CUADRO No. 6.

	1985	1986	1987	abril 1988	nov 1988
EXPORTACIONES					
TOTALES	21866.4	16030	20656	7061	18954
Petroleras	14766.8	5580	7877	2403	5507.2
No Petrol.	7099.6	10450	12779	4658	13446.8
Agropec.	1322.7	1408	1543	867.9	1528.9
Extract.	510.3	1927	1399	217.1	1252.7
Manufact.	5266.6	7115	9897	3573.5	10665.2
IMPORTACIONES					
TOTALES	13460.4	11918	12760	5134	16173.7
SBC*	8406.0	4112	7806	1927	2780.3

FTE: Banamex. "Diagnóstico de la Economía Mexicana." Examen de la Situación Económica de Mexico Vol LXII # 733 Diciembre de 1986 p. 566.

* Modificación en base a datos de Banco de México.

* Saldo de la Balanza Comercial

Las consideraciones anteriores hicieron recomendable, a partir de marzo de 1985 en cuestión de comercio exterior; tener una apertura mayor hacia el exterior buscando también, seguir eliminando nuestro proteccionismo utilizando el arancel, seguir buscando oportunidades de nuestros productos no petroleros importando siempre y cuando se exporte más, aumentando el tipo de deslizamiento del dólar controlado y ahora también el tipo de cambio libre, etc., implicando que a finales del segundo semestre, las actividades manufactureras destacaran un crecimiento en la industria textil, prendas de vestir, productos minerales no metálicos y maquinaria.

En el año de 1986, se reciente aún más la situación interna y se suma a ella, la peor crisis para los países exportadores de petróleo, ya que empiezan a declinarse los precios del crudo obedeciendo no a presiones del mercado sino a las políticas de producción y comercialización, dirigida a provocar una guerra de precios principalmente por la Organización de Países Exportadores de Petróleo (OPEP). Ello afecta directamente a nuestra balanza comercial, pues nuestras exportaciones decrecen 26% respecto a 1985 quedando en un nivel de 16 030 millones de dólares, obedeciendo principalmente a una caída del 62% de nuestras exportaciones de petróleo, (17) en relación a las ventas registradas en 1985.

(17) Caída de nuestras exportaciones y de nuestros ingresos, pues el precio del petróleo baja de: (1985) 27.12 dólares a (1986) 13.35 dólares-10.20 dólares-11.59 dólares respectivamente. (enero-diciembre).

Sin embargo, a pesar de la baja de las exportaciones de crudo y su gran influencia sobre las totales, las exportaciones no petroleras crecen 32% situándose en 10 450 millones de dólares, de los cuales las ventas al exterior de manufacturas representan el 68% de esos ingresos, las exportaciones agropecuarias el 13% y las exportaciones de la industria extractiva el 19%. Lo anterior se debe a que las manufacturas se benefician con la mayor competitividad lograda gracias a la política cambiaria y a que los productos agropecuarios terminan el año con buena cosecha, fuerte cotización de café y menor demanda interna sobre todo de productos de carne. El sector exportador manufacturero, se ha convertido en una de los principales sectores generadores de divisas, aporta en 1985 el 44% del total. Las manufacturas aumentan su participación en las exportaciones no petroleras a un ritmo medio superior a 10%, permitiendo compensar, en buena medida, las pérdidas de divisas por la caída de exportaciones petroleras.

La situación interna que vive el país en este año, y la baja actividad económica refleja una baja del 11.4% de nuestras importaciones respecto 1983, reduciéndose principalmente en los bienes de consumo con un 30% y 15% en bienes intermedios.

C U A D R O N O . 7 .

IMPORTACIONES POR TIPO DE BIEN
(Millones de dólares)

	1980	1981	1982	1983	1984
Bienes de consumo	2426	2809	1516	613	848
Bienes de uso intermedio	11027	13545	8417	5740	7833
Bienes de capital	5032	7575	4502	2196	2572

CONTINUACION DEL CUADRO NO.7 .

	1985	* 1986	* 1987	marzo 1988	agosto 1988
Bienes de consumo	1331	846.0	638	242.1	1011.7
Bienes de uso intermedio	8965	7634.9	9570	2702.9	8213.6
Bienes de capital	3164	2954.1	2552	792.2	2718.2

FTE: Bancomext "Sumario estadístico". Rev. Comercio Exterior, Vol. 36 #5, mayo 1988 p. 463

* Modificado por cuenta propia en base a datos Banco de México.

En 1987, uno de los aspectos favorables de la economía mexicana ha sido el comercio exterior, la recuperación se observó no solo en mayores ventas al exterior, sino también, en una mejor disposición de insumos importados. Nuestro superávit en balanza comercial creció un 92% en relación al año anterior, ello contribuye a la acumulación de reservas internacionales, que dan solidez financiera al país y cuyo monto es suficiente para cubrir más de 10 meses de importaciones.

Nuestras exportaciones crecieron en un 28.8% con respecto a 1986, tanto en petróleo (41%) como en productos no petroleros (22%); en los últimos, cabe hacer mención, que las manufacturas representan el 77% de esos ingresos, y la cual tuvo un crecimiento del 9% en base a 1986. Ello ha obedecido a los buenos resultados que se han dado por el apoyo del Gobierno Federal a esta actividad a través del PROFIEX, BANCOMEXT, estímulos fiscales, subvaluación del tipo de cambio, mejora en las negociaciones internacionales, etc.

Las importaciones, también incrementaron su valor durante 1987, pasando de 11 918 millones de dólares en 1986 a 12 700 millones de dólares, incremento que se refleja mayormente, en la importación de bienes intermedios, pues su crecimiento en relación al año anterior aunque no es mucho representa el 15.5%, de las adquisiciones totales, el 23% corresponde al sector público y el 77% al sector privado. Ambos compran sobre todo productos intermedios 75%, de capital 20% y de consumo 5%. Las importaciones temporales crecen al 53% anual y las definitivas al 6%, pues los exportadores recurren a insumos importados dentro del Programa de Importaciones Temporales para la Exportación (PITEX), con lo que abaratan costos y mejoran su posición competitiva. Con ello se elimina a finales de 1987 el proteccionismo, sustituyendo permisos por aranceles en un 95%, y reducción del mismo de 40 hasta 20% máximo.

En 1988, en el período que va de enero a el mes de noviembre nuestra balanza comercial observa signos positivos; nuestras exportaciones pasan a nuestras importaciones con un valor de - 2,780.3 millones de dólares, determinando su valor en 18,934 millones de dólares, y con una participación de exportación de productos no petroleros igual a 13446 millones de dólares, lo que representa un 70.9% mayor de ingresos del total de las exportaciones. Cabe mencionar que las manufacturas vendidas en el exterior, forman el 79% de los ingresos por ventas no petroleras. De seguir así, la exportación de manufacturas permitirá dar un alivio a nuestras necesidades de divisas para con ello financiar nuestro desarrollo económico.

Más aún, aunque el ambiente internacional no es tan favorable como en los años anteriores por el proteccionismo de los países desarrollados principalmente E. U., existe la posibilidad que los precios del petróleo puedan ascender, lo que traería como consecuencia para México, una mayor captación de divisas.

En este lapso de 1988, las importaciones adquieren el valor de los 14,173.7 millones de dólares de los cuales los artículos de consumo se empieza a dar un crecimiento, en los intermedios la mayor parte de las adquisiciones son de carácter temporal en apoyo a la exportación, se da una contracción moderada en los de

capital pues, la inversión privada no aumenta excepto cuando sea necesario expandir la capacidad para satisfacer demanda externa.

Por tanto, se podría decir, que para 1980, se observa una tendencia positiva en nuestra balanza comercial, tendiente a exportar más que el año pasado y a mantener un consumo estable ya que no se prevén caídas bruscas en el poder adquisitivo. (Pacto para la Estabilidad y el Crecimiento Económico).

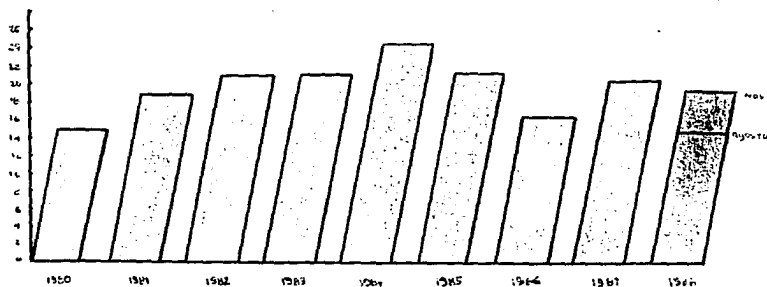
A continuación se muestran dos gráficas, que nos ilustran rápidamente, la evolución en los niveles de las exportaciones e importaciones, a partir de 1980. Se observa como la nueva política económica llevada a cabo por el Gobierno de la República a partir de 1982, influyó en una tendencia creciente de nuestras exportaciones y una tendencia decreciente de nuestras importaciones. (*)

La crisis que enmarca nuestra economía en 1982, hace necesario llevar a cabo, medidas restrictivas que permitan dar un respiro a la recesión económica en que se encuentra el país, los cambios inmediatos que se dan en política monetaria y en política cambiaria, logran influir en gran parte, en la obtención de un superávit en balanza comercial, superávit que a partir de 1949 no se había logrado. Con la estructuración de nuestra economía a través de la estrategia económica y social llevada a cabo en la administración del Presidente Miguel de la Madrid Hurtado, se obtuvieron resultados sumamente alentadores, principalmente en materia de comercio exterior:

- 1.- Los saldos en balanza comercial hasta el segundo semestre de 1988, fueron positivos.
- 2.- La utilización y manejo de un tipo de cambio realista tomado como base el tipo de cambio controlado, influyó en una mayor competitividad de nuestras exportaciones y en una sustitución eficiente de importaciones, manteniendo un estímulo significativo para la producción interna de bienes comerciales con el exterior.
- 3.- La protección comercial y los apoyos específicos a las exportaciones, promovieron y diversificaron las mismas, convirtiendo la actividad no petrolera en uno de los pilares de fuentes de divisas, aunque muy poco en desarrollo industrial como se tenía planeado en el P. N. D. (1983-1988) es decir, se diversificó la estructura exportadora de nuestro país, la actividad no petrolera, principalmente el sector manufacturero representó una importante fuente de divisas, pero no se logró realmente un verdadero desarrollo industrial; pues el apoyo a las exportaciones y la protección comercial permitieron importar en su mayoría bienes de uso intermedio necesarios para exportar y diversificar nuestras exportaciones no petroleras como se ha hecho. (Véase cuadro No. 8).

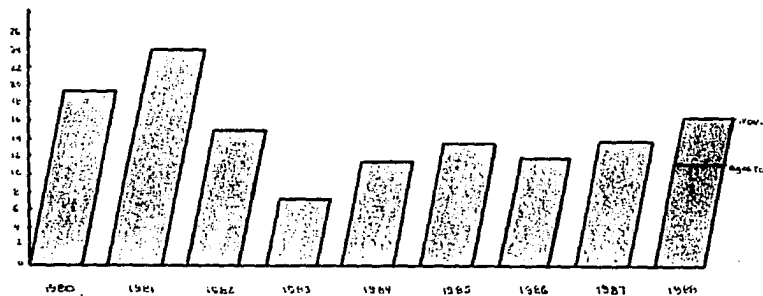
(*) Política de importación austera, pero seleccionada, en base a las necesidades de nuestra economía.

GRAFICA No. 3
Exportaciones Totales
(miles de millones de dólares)



Fuente: Elaborado por cuenta propia según datos de Banco de México

GRAFICA No. 4
Importaciones Totales
(miles de millones de dólares)



Fuente: Ibid.

Esto es importante, ya que debemos tomar en cuenta, que la carencia de tecnología industrial apropiada perpetúa al subdesarrollo, además que, para lograr un desarrollo industrial, es necesario realizar un proceso de asimilación nacional, indigenización y difusión en varias etapas de transferencia de tecnología, osea que, es preciso -- desarrollar la capacidad para adoptar la tecnología extranjera, de acuerdo a las condiciones locales de demanda y del entorno manufacturero. La elección y desarrollo -- real de una tecnología apropiada, es responsabilidad de los industriales y los gobernantes.

4.- Se ha impulsado la cooperación económica internacional tanto en el ámbito bilateral como en el multilateral, principalmente en este último, pues se ha ingresado al OATT, lo que nos ha permitido por un lado, hacer más atractivos nuestros productos ante los demandantes extranjeros (comprar productos mexicanos debe representar un ahorro para los consumidores foráneos) y muchas veces, dándole un trato preferencial por considerarse México como país subdesarrollado; y por el otro lado, la apertura comercial se ha puesto frente a la realidad de que es necesario importar para crecer, nos referimos a insumos productivos, además que en bienes de consumo se importa con aranceles bajos, estimulando a nuestro mercado interno a estabilizar precios. Osea que, la apertura comercial trajo problemas para unas empresas mal dotadas, pero oportunidades para otras y para el propio consumidor mexicano, ya que es inaceptable que éste, se vea obligado a pagar, por la existencia de mercados cautivos, un artículo con precio dos o tres veces más alto que el del mercado internacional.

En suma: la apertura de nuestro comercio exterior, junto con un mejor manejo y adopción de políticas económicas encaminadas a fomentar nuestras exportaciones, permitirá en un futuro cercano, fortalecer nuestra estructura comercial externa e interna, pues no se trata de abrir las fronteras solamente para exportar y obtener divisas, sino de construir una planta productiva que responda a las necesidades de los principales mercados mundiales, sin descuidar el propio.

I. 2. 2 ESPECIALIZACIÓN DE ACTIVIDADES RELACIONADAS

Hemos venido reiterando a través de este capítulo, la importancia que ha tenido a partir de 1983, la adopción de una nueva estrategia económica y social y principalmente en su aspecto de política de comercio exterior: también hemos observado y analizado la evolución de nuestras exportaciones y su estructura comercial. La exportación de manufacturas mexicanas ha ido tomando niveles crecientemente importantes y con una cada vez mayor participación dentro del total, es decir, ha ido tomando un repunte absoluto durante los últimos cuatro años, permitiendo con ello, el obtener divisas de otra fuente diferente a la exportación de petróleo y de los tradicionales productos primarios, sin embargo es necesario aclarar, que se ha obtenido como se señala en los objetivos del P. N. D. una diversificación de la estructura de nuestras exportaciones, pero no de nuestra planta productiva. Es necesario, como también lo hemos venido afirmando, lograr una verdadera asimilación de transferencia de tecnología recibida (18), administrándola, adaptándola y generando nuestra propia tecnología para incrementar y diversificar nuestra planta productiva; no se debe descuidar nuestro mercado interno, es decir: se han diversificado la exportación nacional, promoviendo a productos no petroleros, pero sólo cuantitativamente y no cualitativamente. Ya observamos también como se ha importado en su mayoría, bienes intermedios, con el fin de exportar productos manufacturados y no para fortalecer nuestra demanda interna.

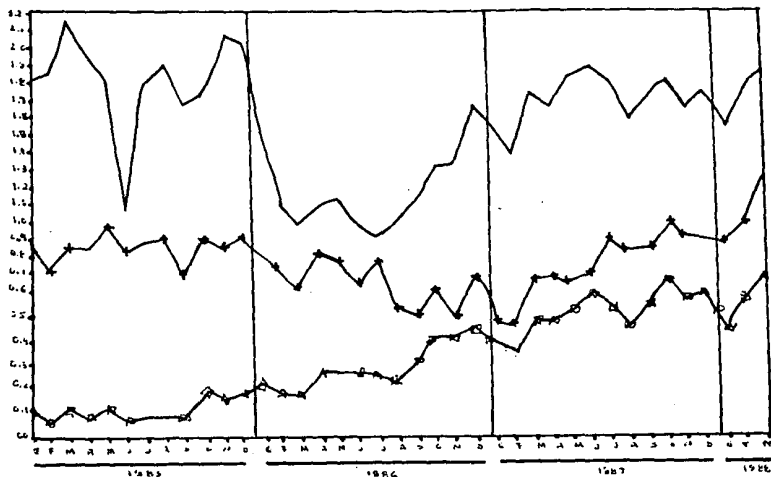
Observemos esto más detenidamente:

- 1.- En la gráfica No. 5, se observa cómo ha ido evolucionando la participación de las manufacturas dentro de las exportaciones totales, teniendo un repunte principalmente durante 1987 y el primer trimestre de 1988.

(18) Entendemos como transferencia de tecnología, en el contexto actual, al conjunto integral de conocimientos técnicos organizacionales (recursos intelectuales) y herramientas (recursos materiales) que intervienen en la producción de bienes y servicios, de acuerdo con el estado actual de conocimiento y cultura social. Señala caminos y métodos para realizar actividades económicas productivas, del mejor modo o lo más eficiente que sea posible.

GRAFICA No. 5
Balanza Comercial
(1985-1988)

miles millones
de dólares



— Exportación total +Importación total • Export.manufact.

Fuente: NAFINSA[®]"El Mercado de Valores". No.IO. Mayo de 1988
p 37.

© Modificada y actualizada por cuenta propia.

2. - A partir de 1986, se ha dado un repunte en la participación de las manufacturas, dentro de las exportaciones totales. En 1985 representaron el 44.3%, siendo la exportación de petróleo la segunda fuente de ingresos de divisas, pues representó sólo el 34% para ese mismo año. En 1987 supera su participación pasando al 47.9% y 50.6% en el primer trimestre de 1988, del total exportado.
3. - En la estructura de las manufacturas exportadas encontramos lo siguiente:
- Las ramas más dinámicas son: automotriz, química, alimentos, bebidas y tabaco, y ramas como los derivados del petróleo y la minerometalurgia.
 - En el cuadro No. 8 (exportación de manufacturas) se eligieron 10 principales productos con participación mayor en las manufacturas, dejando a un lado las 2 últimas ramas mencionadas anteriormente. Dichos productos representan a partir de 1983, 1984, y 1985 47, 40, y 44% respectivamente del total de manufacturas. Esto quiere decir, que con sólo 10 ramas productivas se está obteniendo la mayor parte de ingresos por ventas en el exterior, si a ello sumamos los derivados del petróleo y plata en barras, obtendríamos más divisas que las ventas del petróleo crudo en 1986-87 y primer trimestre de 1988.
4. - Las 10 ramas principales mencionadas, forman parte de empresas altamente exportadoras o empresas grandes; actualmente, un pequeño grupo de compañías concentra prácticamente el 50% de las exportaciones no petroleras, lo que significa que los 2.2 billones de pesos de aliento financiero al sector, propuesto por el BANCOMEXT(1988) no llegarán a miles de pequeños exportadores, que son la clave para ampliar la plataforma de productos vendibles en el exterior, es decir, se ha fomentado mayormente las exportaciones de sectores más dinámicos de nuestra economía, ello ha creado costumbre y radicalización en la promoción y operatividad de las exportaciones de empresas grandes, las cuales buscan una mayor rentabilidad, mientras que para el Gobierno representan una seguridad en la obtención de divisas. En el cuadro No. 8 observamos que de las 10 ramas principales exportables dinámicamente, 8 pertenecen a empresas grandes y 2 a empresas medianas.
5. - La apertura comercial y los apoyos específicos a las exportaciones y las políticas cambiarias, benefician y deben dar la misma oportunidad de promoción a los productos exportables no tradicionales, es por ello necesario que productos como las fresas congeladas, jugos de frutas (naranja principalmente), industria del calzado, industria editorial e impresión, etc., compitan y se comercialicen en diversos mercados internacionales, es por eso importante que empresas pequeñas y medianas, se informen, orienten y aprovechen los conocimientos adecuados para exportar sus productos y no dejar la mayor parte de estos beneficios a las empresas grandes.

C U A D R O N o . 8

EXPORTACION DE MANUFACTURAS
(Millones de dólares)

	1983	1984	1985	1986	1987	(en USA) 1988	Empresa
Exportaciones totales	21398	24106	21866	16030	20656	7061	
Exportaciones de manufacturas.	3665	5594	5266	7115	9897	3573	
Porcentaje/Exportaciones	17.1	23.1	24.0	44.3	47.9	50.6	
camarón congelado	380	401	326				G
Acido polica--bolxilico	107	127	149				G
Materiales plásticos o resinas sintéticas	49	80	64				M
Vidrios y cristales	104	132	153				G
Acero manufacturado en diferentes formas	112	141	100				G
Autóviles	109	119	127				G
Motores p/autos	602	840	993				G
Pzas. sueltas - de autos	180	270	240				G
Motores y molo-bombas	44	47	101				G
Pzas. instalaciones eléctricas.	40	54	70				M
Total pdcts.	1727	2211	2323				
10 pdcts. /manuf	47%	40%	44%				

FTE: Elaborado por autor según datos del Banco de México.

Los exportadores, en su totalidad, necesitan cada vez más libertad de acción y políticas de estímulo constantes y cada vez menos la selección de empresas, que en realidad se convierte en un control de la actividad exportadora, ello permitirá competir más dinámicamente internacionalmente y no fomentar el desarrollo de monopolios.

La plataforma exportadora y la diversificación de nuestra planta productiva, no se ha de incrementar solamente con una buena asimilación de tecnología (que puede darse a mediano o largo plazo), ni con disposiciones y programas de política económica, se requiere sobre todo, perseverancia, seriedad, continuidad y creatividad, así como una base de productos suficientemente amplia y constante (sin olvidar en ello la calidad). Además, debe tenerse una profunda comprensión del

contexto geopolítico-económico internacional, un mayor conocimiento del tráfico global de mercancías y el conocimiento de mecanismos de apoyos fiscales, financieros y estratégicos de los países más importantes y menos importantes de comercio en el mundo. También se precisa considerar el funcionamiento de los diferentes métodos de transportación y de distribución, etc.

Por lo tanto; el comercio exterior guarda para el que participa en él, grandes beneficios y grandes retos, por ello, el enfoque que se da en este trabajo, vislumbra a pequeños medianos y grandes exportadores y trata de orientar e informar los procedimientos, mecanismos y algunos aspectos relacionados con la exportación de productos mexicanos.

CAPITULO II

MECANISMOS OPERATIVOS Y PROMOCIONALES UTILES PARA EL EXPORTADOR NACIONAL

II. 1 Organismos encargados de promoción, apoyo y servicio financiero.

En los últimos 5 años, el gobierno mexicano ha tomado conciencia de que no basta la política comercial en sentido estricto para conseguir que los exportadores nacionales incrementen sus ventas en el extranjero; ello condujo a adoptar políticas específicas de fomento a las exportaciones manifestándose en dos formas distintas: la puesta en marcha de mecanismos encargados de la promoción, apoyo y servicio financiero a las exportaciones y por otro lado, la creación de una serie de estímulos que hagan más rentable la exportación para las empresas nacionales.(19)

Los organismos públicos de promoción de exportaciones llegan, en algunos casos, a concertar directamente ventas en el exterior (20) pero en la mayoría de los países como es el caso mexicano, actúan como centros de apoyo, promoción, asesoría y servicios financieros con un carácter público-privado. (21)

Es importante analizar este punto, ya que todo exportador debe familiarizarse con los organismos públicos de promoción existentes, llegando a conocer cuáles de sus actividades pueden llegar a resultarles más utilizables a sus necesidades o fines.

(19) Ibid. pag. 20 (ver gráfico ilustrativo)

(20) Tal es el caso de Costa de Marfil que concerta directamente ventas en el exterior de café y cacao, y también el caso de Kenia con el café.

(21) No se considera aquí a los países de economía socialista, en donde el comercio exterior esta controlado por un Órgano central, es decir, cuidan las importaciones y exportaciones de sus productos entre los países miembros.

En México, a partir de enero de 1986, la institución encargada de desempeñar las funciones de apoyo financiero y promocional al comercio exterior es el Banco Nacional de Comercio Exterior (BANCOMETX).

Opera buscando complementar y facilitar la labor de la banca comercial en el financiamiento al comercio exterior. De hecho, la mayor parte de los recursos del Bancometx se canalizan a través de la banca comercial. El objetivo fundamental es el de poner al exportador mexicano en igualdad de condiciones con sus competidores de otros países.

El BANCOMETX estará facultado para:

1. - Otorgar apoyos financieros.
2. - Otorgar garantías de crédito y las usuales en el comercio exterior.
3. - Proporcionar información y asistencia financiera a los productores, comerciantes, distribuidores y exportadores.
4. - Podrá participar en el capital social de empresas de comercio exterior, consorcios de exportación y en empresas que otorguen seguro de crédito al comercio exterior en los términos del artículo 32 de esta ley.
5. - Promover, encausar y coordinar la inversión de capitales a las empresas dedicadas a la exportación.
6. - Otorgar apoyos financieros a los exportadores indirectos y en general, al aparato productivo exportador a fin de optimizar la cadena productiva de bienes o servicios exportables.
7. - Podrá otorgar apoyos financieros a las empresas comercializadoras de exportación, consorcios y entidades análogas (cuando sea de interés promover exportaciones).
8. - Promover acciones conjuntas de financiamiento y asistencia en materia de comercio exterior con otras instituciones de crédito, fondos de fomento, fideicomisos, organizaciones auxiliares de crédito y con los sectores social y privado.
9. - Podrá ser agente financiero del gobierno federal en lo relativo a la contratación y manejo de créditos del exterior ya sea que éstos sean otorgados por instituciones del extranjero; privadas, gubernamentales e intergubernamental.
10. - Participar en la negociación y en su caso, en los convenios financieros de intercambios compensados o de créditos recíprocos que señale la Secretaría de Hacienda y Crédito Público.
11. - Estudiar políticas, planes y programas en materia de fomento al comercio exterior y su financiamiento, y someterlos a la consideración de las autoridades competentes.
12. - Fungir como órgano de consulta de las autoridades competentes en materia de comercio exterior y su financiamiento.

13. - Participar en actividades inherentes a la promoción de comercio exterior, tales como difusión, estudio de productos y servicios exportables, sistemas de venta, apoyos a la comercialización y organización de productores, comerciantes, distribuidores y exportadores.
14. - Opinar, a solicitud que le formulen directamente las autoridades competentes, sobre tratos y proyectos que el país proyecte celebrar con otras naciones en materia de comercio exterior y su financiamiento.
15. - Participar en la promoción de oferta exportable (12).
16. - Cuando se lo solicite podrá actuar como conciliador y árbitro y las controversias en que intervienen importadores y exportadores con domicilio en la república mexicana.
17. - Las facultades que le confieren la ley orgánica y sus reglamentos respectivos. (13)

Para sus objetivos el BANCOMEXT, dispone de una amplia gama de fuentes de recursos a saber:

- Banco Mundial,
- Eximbanks (Banco de Fomento de Exportaciones e importaciones de materias primas, maquinaria y equipo en el exterior) de E. U
- Bancos internacionales.
- FOMEX (Fondo para el Fomento de las Exportaciones principalmente de productos manufacturados.
- Recuperación de cartera.
- Aceptaciones bancarias y papel comercial.

-
- (22) La oferta exportable de una empresa toma en cuenta 4 puntos:
- a. - Contar con una capacidad física de exportación o sea una capacidad ociosa de producción.
 - b. - Contar con una capacidad económica de exportación y recursos financieros verificando si los costos de las compañías son compatibles con los precios internacionales.
 - c. - Contar con capacidad administrativa de exportación, con gente especializada en marketing internacional.
 - d. - Tener una conciencia exportadora, es decir, tener disponibilidad e interés por los mercados internacionales.

- (23) Gobierno de la República. - Ley orgánica del Banco Nacional de Comercio Exterior. Diario oficial lunes 20 de enero de 1986 Pag. 6.

Al Bancomext en su carácter de banca de desarrollo, en agosto de 1983 se le incorporó FOMEX; fideicomiso que creó el Gobierno Federal para que el empresario mexicano dispusiera de recursos utilizables en la pre-exportación y en la exportación, la sustitución de importaciones, el otorgamiento de garantías comerciales y contra riesgos políticos, así como para diversas actividades de base o apoyo a las exportaciones.

Los programas de crédito (2%) de BANCOMEXT-FOMEX se pueden obtener directamente en Bancomext o en las sociedades nacionales de crédito, algunos de ellos son:

- A. - Pre-exportación y exportación de productos primarios y manufacturados.
- B. - Importación de materias primas, partes y refacciones prioritarias.
- C. - Sustitución de importaciones.
- D. - Apoyo en zonas fronterizas e industrias maquiladoras.
- E. - Apoyo a exportadores indirectos.
- F. - Otros, como por ejemplo: equipamiento industrial de empresas que participen en el comercio exterior, apoyo financiero a la industria turística etc., ello es importante, pues el empresario nacional seguramente, puede enmarcarse a cualquiera de estos programas de financiamiento según sus necesidades o fines a conseguir, además de obtener múltiples beneficios adicionales, con los que será más fácil llegar a los mercados de exportación y permanecer en ellos en situación competitiva.

(A) Financiamientos a la Pre-exportación.

Dentro de este programa se incluye el financiamiento para la compra de insumos nacionales y extranjeros, los cuales se apoyarán en moneda nacional y en dólares americanos, respectivamente.

El principal apoyo se encausa a proporcionar capital de trabajo para la adquisición de materias primas, refacciones, componentes y servicios nacionales y de importación, que sean necesarios en el proceso productivo de las manufacturas de exportación, así como para el pago de mano de obra y otros costos directos, como energía eléctrica, combustibles lubricantes entre otros.

(2%) Cabe mencionar, que el crédito es un estímulo importante para exportar y contribuye a que la planta productiva supere las limitaciones que el mercado interno le impone, a fin de incrementar sus volúmenes de producción y operar en términos de eficiencia económica.

Programa de financiamiento a la exportación:

Este programa tiene por objeto apoyar al empresario para que éste en aptitud de competir en el mercado internacional con financiamiento para sus operaciones y facilitar su permanencia en dicho mercado.

Existen dos modalidades en el otorgamiento de este financiamiento:

- i. - Crédito al exportador.
- ii. - Crédito al comprador (importador).

Crédito al exportador: Este financiamiento se lleva a cabo cuando el exportador solicita a FOMEX (a través de una institución bancaria), el descuento de una venta de exportación. Las condiciones de venta determinan los trámites a seguir, estas condiciones pueden ser a partir de:

- Carta de crédito (1)
- Por medio de letra de cambio o pagaré avalado por la institución bancaria.
- O bien, en cuenta abierta sin ninguna garantía bancaria.

Crédito al comprador (importador):

A partir de 1983, BANCOMET ha venido utilizando en mayor medida la modalidad de crédito al comprador, consistente de que el crédito se da al comprador de los bienes mexicanos a través de su banco en el extranjero, en la cual en muchas ocasiones fondea la operación. Es decir, en este tipo de financiamiento el comprador solicita a través de un banco en su país el crédito.

(B) Importación de materias primas, partes y refacciones prioritarias.

Con el propósito de facilitar la importación de bienes y servicios necesarios para la elaboración de bienes exportables, el banco ha establecido líneas de crédito recíprocas con instituciones financieras oficiales de diversos países. El financiamiento a las importaciones parte del principio de que para exportar es indispensable importar, pues a medida que se eleva el nivel de sofisticación de un bien de exportación aumenta su valor agregado, lo que resulta más difícil fabricar todos los componentes, de manera eficiente en un solo país.

(1) La carta de crédito es simplemente un medio de pago (documento) de carácter legal expedido a través de los bancos pues ellos son los vehículos ideales (intermediarios financieros) para el cobro y el pago de las operaciones de comercio internacional.

Para la importación de insumos, partes, componentes, refacciones y maquinaria, BANCOMEX también ha obtenido líneas de crédito del Banco Mundial, líneas de crédito que son de hecho algo totalmente nuevo dentro de esta institución.

(C) Sustitución de importaciones:

Estos financiamientos se otorgan para la producción y compra-venta de bienes de capital y servicios que sustituyen importaciones y que se consideran prioritarias en el Plan Nacional de Desarrollo. En este programa tienen gran importancia los financiamientos otorgados a los proveedores de petróleo mexicanos (PEMEX) y la comisión federal de electricidad (CFE) organismos con los que se han establecido convenios de líneas de crédito para la producción y compraventa de bienes y servicios.

Dentro del mecanismo de operación estos convenios, el proveedor registrado tiene acceso en forma oportuna a financiamiento por medio de la institución bancaria que participa en el convenio.

(D) Apoyo a industrias maquiladoras y zonas fronterizas libres.

La existencia y funcionamiento de zonas libres en territorio mexicano abarcan parte del Estado de Sonora, Estados de Baja California norte y sur, y el Estado de Quintana Roo.

En estas zonas libres, las importaciones de mercancías extranjeras reciben tratamientos arancelarios especiales con relación a los que se aplican en el territorio nacional restante, desde exención de impuestos hasta el pago total y cumplimiento íntegro en los requisitos arancelarios. Las ventas de productos nacionales, elaborados por unidades fabriles localizadas fuera de dichas zonas libres, se asemejan a las exportaciones comunes y corrientes.

En consecuencia, estas zonas libres son una ventaja para el exportador nacional, que pueden beneficiarse principalmente en la exención de impuestos o en permisos de importación para fabricar productos de exportación.

El régimen de zona libre, es similar al de la industria maquiladora o el de importaciones temporales, en el sentido que permitan la importación de materias primas, partes y componentes libre de impuestos (26).

Es importante remarcar la existencia de régimen aduanal para zonas libres, pues su localización se da en fronteras, litorales o puertos.

(26) En este último caso existe una lista para este tipo de materiales, lista que se encuentra en la Tarifa de Impuesto General de Importación con la leyenda #35.

(E) Apoyo a exportadores indirectos:

Financiamiento que se otorga a empresas que producen bienes y servicios que se integran al producto exportado es decir, el financiamiento que se concede a los proveedores de los exportadores finales, llamados "exportadores indirectos".

Se buscan que los recursos financieros permitan a los proveedores de los exportadores reducir sus costos de reproducción. al obtener crédito oportuno en condiciones competitivas.

El apoyo financiero a exportadores indirectos busca incluir una mayor integración nacional de la cadena productiva de bienes exportables. Consiste básicamente, en otorgar crédito para capital de trabajo, es decir, en la etapa de pre-exportación para apoyar el proceso productivo de artículos que se integran a un producto exportable.

En una primera etapa se ha considerado conveniente financiar al penúltimo eslabón de la cadena productiva, proveedor inmediato al exportador final. Paulatinamente se ha previsto su extensión a toda la cadena de producción de un bien de exportación.

El instrumento que permite identificar a los exportadores indirectos y controlar que los financiamientos efectivamente lleguen a ellos, es la "Carta de Crédito Doméstica", documento de pago que emite el banco mexicano en favor del proveedor con base en un pedido en firme del extranjero u otro instrumento que ampare la exportación final. Esta carta, también permite que el exportador indirecto obtenga la devolución de impuestos indirectos y de los aranceles que tiene que pagar para importar los insumos que a su vez requiere para producir el insumo que se utilizará para elaborar el artículo de exportación final.

II. I. 2. Servicios financieros a la exportación a través de las Sociedades Nacionales de Crédito (SNC).

En general, los apoyos financieros a la exportación, adicionalmente a los que concede directamente el BANCOMEXT se otorgan al exportador a través de las Sociedades Nacionales de Crédito quienes descuentan estas operaciones en los fondos creados por el Gobierno de la República como es el caso de FOMEX.

Aunque los créditos se otorgan a tasas preferenciales, ello no representa de ninguna manera un costo adicional para el exportador, sino simplemente la disponibilidad de recursos.

La Banca nacionalizada formada por diferentes bancos como Bancomer, Banamex, Serfin, Confía, etc., otorgan paquetes integrales de financiamiento, así como también financiamientos específicos para cualquiera de las operaciones que contemplen.

La banca mexicana ha abierto sucursales y agencias en el exterior y 16 oficinas de representación que se dedican a las operaciones en el mercado intercambiario de dinero y a contratar crédito para apoyar al comercio exterior de nuestro país. (Véase cuadro No. 9)

C U A D R O N o . 9
 AGENCIAS Y SUCURSALES EN EL EXTERIOR
 (Unidades)

Ubicación	Bancomer	Banamex	Serfin	Total
E. U.				
Los Angeles California	I	I	I	3
New York, N. Y.	I	I	I	3
Tucson Arizona	-	-	-	0
Inglaterra				
Londres	I	I	I	3
Indias Occidentales				
Gran Cayman	I	-	-	1
Bahamas				
Nassau	-	I	I	2
Total	4	4	4	12

CONTINUACION DEL CUADRO No. 9

Ubicación	Samex	Comermex	Internacional	Total
E. U.				
Los Angeles California	-	-	-	0
New York, N. Y.	I	I	I	3
Tucson Arizona	-	-	I	1
Inglaterra				
Londres	-	I	-	1
Indias Occidentales				
Grand Caymán	I	I	I	3
Bahamas				
Nassau	-	-	-	0
Total	2	3	3	8
FTE:	Castañares Priego Jorge, "El desarrollo del mercado financiero mexicano".		El mercado de valores.	del Vol XLVII.
	No. 39. Septiembre de 1987 p 1041.			

A su vez, la banca extranjera tiene 158 oficinas de representación en México, (27) lo cual da idea de la importancia que tiene el país en las operaciones de los bancos mexicanos más grandes e importantes.

Por otro lado, cabe destacar la gran labor que ha venido desarrollando Banca Confía S. N. C. en el fomento de las exportaciones de bienes y servicios mexicanos; editando manuales, otorgando servicios y asesoría especializada en aspectos de control de cambios, de créditos documentarios en comercio internacional, cotizaciones, y muchos otros aspectos que se engloban en el rubro de información comercial especializada.

Aunque las campañas publicitarias han ido en aumento y promueven para que el exportador acuda a cualquier sucursal bancaria para ser asesorado y satisfecho en sus necesidades crediticias, la realidad y la forma de operar es otra, pues para comprobarlo sólo se necesita ir a cualquier sucursal de S. N. C. y se enviará a otras instituciones más grandes o a departamentos especializados de cada institución bancaria. (*)

II. 2. Mecanismos de estímulo a las exportaciones, llevados a cabo por el Gobierno Federal.

El comercio exterior mexicano se reestructuró en la pasada administración, principalmente a partir de 1985 en que como ya se analizó anteriormente, nuestra economía se vio inmersa en una aguda crisis; dentro de esta reestructuración, se crearon una serie de estímulos financieros, promocionales y fiscales que han hecho más rentable la exportación para nuestras empresas nacionales, es decir, se pusieron en marcha una serie de estímulos de diverso tipo que ofrecen un atractivo adicional a los productores nacionales que vendan en el exterior.

II. 2. I. Programa de Fomento Integral a las Exportaciones (PROFIEEX).

Este programa forma parte del Programa Nacional de Fomento Industrial y Comercio Exterior (PRONAFICE) englobado dentro del Plan Nacional de Desarrollo 1984-1988 en el que se establece que la exportación es una actividad prioritaria para el desarrollo económico del país; en él se plantea implementar una política de fomento a las exportaciones más agresiva que las del PRONAFICE.

(*) Siempre y cuando se cumpla con diversos requisitos, como es por ejemplo: carta solicitud de financiamiento justificando sus necesidades a la S. N. C. o ser cliente teniendo buenos promedios de saldos mensuales etc. . .

Es decir, la aplicación del Programa de Fomento Integral a las Exportaciones (PROFIEX) estimulará la exportación de productos no petroleros, y reafirmará el sentido del cambio estructural cuyo propósito es integrar un nuevo patrón de industrialización y especialización del comercio exterior, incorporando a la actividad exportadora sectores como: productos metálicos estructurales, industria básica del hierro y el acero, cemento y productos químicos y petroquímicos; que en la actualidad han incrementado su participación dentro de las exportaciones totales.

En cumplimiento de los objetivos del Pronafico, el Profieix busca promover la diversificación creciente de productos y mercados; estimular ajustes en líneas de exportación de acuerdo con los requerimientos de demanda externa, organizar la oferta exportable; conjuntar los esfuerzos de asesoría; apoyo y financiamiento de Gobierno de la República a las ventas foráneas y conservar y ampliar mercados externos. (28)

El PROFIEIX agrupa las acciones para el fomento de las ventas a los mercados internacionales en los siguientes rubros:
FOMENTO A LA PRODUCCION. - Medidas para aumentar los bienes que ya se están vendiendo en el exterior, bienes que se producen y que aún no se exportan y la fabricación de aquellos productos que al tiempo de que sustituyan eficientemente importaciones, concurren desde sus inicios al extranjero.

APOYOS INSTITUCIONALES. - El Profieix señala las acciones que tendrá el Bancomext donde cabe destacar que, este organismo deberá ampliar sus tareas de concentración a través de la Comisión Mixta Asesora de Políticas de Comercio Exterior (COMPEX), que fungirá como procuraduría del exportador.

Otro tipo de apoyo institucional se refiere a estímulos a la investigación y venta en el extranjero de tecnología y servicios de ingeniería y construcción (29) y a la participación de empresas con capital extranjero para generar nuevas exportaciones.

PROMOCION: En ello se destaca el tratamiento fiscal a la exportación a partir de diferentes mecanismos como son:

- Programa de Importación Temporal para la Exportación (PITEX)
- Devolución de impuesto general de importación (Draw-Bac)
- Certificados de derechos de importación de mercancías para exportación (DIMEX).
- Exención del pago de Impuesto al Valor Agregado (IVA) en exportaciones.

(28) Gobierno Federal "Programa de Fomento Integral a las exportaciones" Diario Oficial de la Federación. 17 de marzo de 1986, pag 20.

(29) Según reglamento en materia de la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial.

- Deducción de los gastos realizados en el exterior para efecto del impuesto sobre la renta.
- Ampliación de seis meses del plazo de almacenaje sin causar abandono ni derechos de almacenaje.
- Pago de contribuciones hasta que la mercancía salga del país o del recinto.

APOYOS FINANCIEROS: Principalmente a través de Bancomext, Fomex y Sociedades Nacionales de Crédito.

SIMPLIFICACION Y DESCONCENTRACION ADMINISTRATIVA: Se señalan medidas y regímenes aduanales que faciliten la exportación rápida y eficiente, tales como la exportación con boleta hasta por 5000 dólares y muchas veces sin necesidad de formular pedimento, ni utilizar agente aduanal.

También se facilitarán exportaciones al amparo de una sola factura y un solo documento aduanal con vigencia de 15 días; y para las exportaciones a granel con objeto de evitar sanciones por faltantes o sobrantes, el ajuste se hará al momento de cargar el medio de transporte.

NEGOCIACIONES COMERCIALES: Se destaca la participación de México en negociaciones multilaterales como es el caso del ingreso al GATT, así como la participación activa en negociaciones del Sistema Global de Preferencias Comerciales entre países en desarrollo (SGPC).

INFRAESTRUCTURA: Se señala que emprenderán acciones en las tres principales vías para el transporte de mercancías hacia el exterior: carretero, ferroviario y marítimo.

Medidas adicionales importantes para el exportador nacional:

a.- Con base en la concertación con empresas exportadoras ya sea individual o en grupos afines, se dará un trato ágil y oportuno (que más bien nosotros lo calificamos de preferencial) por parte de dependencias y entidades del sector público en todo lo relativo a sus operaciones de comercio exterior; dándose primeramente este apoyo, a aquellas empresas exportadoras

Incluyendo los consorcios de exportación (30) y las empresas comercializadoras (31) cuyos antecedentes exportadores justifiquen este tratamiento. La Secretaría de Comercio y Fomento Industrial, integrará una lista de empresas, que habrá de circularse entre las distintas dependencias gubernamentales y entidades a fin de que se les atienda con la prioridad y rapidez necesarias, optimizando así sus trámites de comercio exterior. Asimismo, se incluye el habilitar a servidores públicos de alto nivel en SECOFI, SHCP y Bancomext; quienes de manera de promotores sectoriales o ejecutivos de cuenta, tendrán como función exclusiva apoyar y dar seguimiento a los trámites y operaciones de las empresas exportadoras que se les asigne. (32)

b. - Se reconoce el papel prioritario que desempeña la empresa de comercio exterior, por lo que el Programa de Apoyo Financiero (PAF) les proporcionará créditos promocionales en términos competitivos, mediante la facturación directa o en su caso el endoso de la factura por parte del productor nacional de los bienes a exportarse, apoyando de esta manera la operación de exportación.

c. - Equipamiento a la empresa exportadora con el fin de ampliar su capacidad exportadora, a través del Programa del Fondo del Financiamiento para inversiones fijas de empresas exportadoras (FIFE) y la participación del Fondo Nacional de Equipamiento Industrial (FONEI), darán el apoyo financiero por medio de la línea de crédito que se tiene contratada con el Banco Mundial.

-
- (30) Es una forma de concentración a través de la cual se unen las empresas, manteniendo su individualismo, es decir, empresas pequeñas y medianas se asocian o concentran para poder exportar, dando una solución de poder agregar una oferta de mayor dimensión, hacer crecer el poder de negociación, aumentar la capacidad técnica y financiera, etc.
- (31) O también llamadas compañías de comercio exterior (trading companies) es una empresa con una economía propia, tiene mayor amplitud en el espacio mundial y representa sus propios intereses, operando a gran escala con productos propios o de terceros, opera en la comercialización nacional así como en la de cualquier país.
- (32) Problemática de selección que se verá en el siguiente capítulo.

d. - Apoyo financiero al sector agropecuario y agroindustrial.

Existe también la llamada línea del I. O. o línea de productos primarios, misma que es operada por el Banco de México y que permite apoyar productos que por su bajo contenido de valor agregado no califican para FOMEX. Estos recursos sólo apoyan exportaciones a países compradores no tradicionales; el financiamiento es en dólares y la tasa operativa, es la tasa del orden de Libor menos 1 punto, a plazos de hasta 180 días.

e. - Facilidades en el uso de divisas para los exportadores.

Se seguirán haciendo ajustes al sistema de control de cambios a fin de hacer una distinción en favor de los exportadores, consistente en permitirles aplicar hasta el 100% de las divisas que generan por sus propias exportaciones a la liquidación de anticipos correspondientes a futuras importaciones, sin sujetarse a límite alguno ni constituir depósitos en garantía. Esta facilidad se extiende a todos los exportadores indirectos (y no sólo a los proveedores directos del exportador final), se permitirá a este último deducir de sus compromisos de venta de divisas cualquier importación realizada por sus proveedores inmediatos y mediatos.

f. - Mecanismos de cobertura a corto plazo de riesgos cambiarios.

Mecanismos tanto para importadores como exportadores cubriendo a corto plazo sus riesgos cambiarios correspondientes operaciones en divisas, cuya liquidación debe hacerse en fecha futura. Este mecanismo está operado a través del fideicomiso contra riesgos cambiarios (FICORCA) y es particularmente atractivo para los exportadores, puesto que de hecho una parte del valor de las divisas que generen sus ventas le será pagado por anticipado; los importadores, por su parte, mediante el pago adelantado de una prima predeterminarán el tipo de cambio al cual podrán adquirir divisas en el futuro para liquidar créditos a su cargo.

g. - Facilidades aduaneras.

Se autorizará a empresas exportadoras sujetas a trato preferencial, el despacho de sus mercancías mediante uno o más apoderados. Además por lo que se refiere a exportaciones por medio de agentes aduanales, se revisará la tarifa de honorarios aplicables a las citadas empresas exportadoras, con el propósito de hacerlos menos costosos. A este grupo de empresas exportadoras se les ampliará el sistema de despacho a domicilio a sus exportaciones, para cuyo efecto se fortalecerán las aduanas interiores que han venido a ser el instrumento más idóneo para facilitar la operación aduanera en el mismo lugar en que se consumen o producen las mercancías.

h. - Otros...

II. 2. 2. Estímulos Fiscales.

Los estímulos fiscales más utilizados por el exportador mexicano son :

1. - DEVOLUCION DEL IMPUESTO GENERAL DE IMPORTACION. - En su tasa genérica (ad-valorem), que se hubiese pagado en definitiva por aquellos insumos extranjeros que se han utilizado en la fabricación de productos exportados mexicanos (DRAW-BACK). Los que no optan por el PITEX utilizan éste servicio.

Para cumplir con este propósito aquellos exportadores que hubiesen incorporado materias primas, partes y componentes, empaques y envases, combustibles, lubricantes y otros materiales de origen extranjero, ya sea que los hayan adquirido en territorio nacional o de proveedores del exterior, y que dichos insumos vayan incorporados en un producto manufacturado de exportación, deberán presentar su solicitud ante el servicio de ventanilla única de SECOFI de acuerdo con el formulario que consta de dos hojas. La devolución se gestiona dentro de los cuarenta días hábiles posteriores a la fecha de exportación y se pueden solicitar devoluciones que correspondan a las importaciones realizadas hasta un año antes de la presentación de la solicitud. Las solicitudes deben de ir acompañadas con copias de los compromisos de ventas de divisas (CVD) que se presentaron ante la aduana del despacho con motivo de la salida de las mercancías al extranjero. En la misma solicitud de devolución se establecen tres formas de entrega física de la devolución obtandose por la que mejor se acomode a las necesidades del exportador. La primera es en la caja de la Tesorería de la Federación, la segunda para ser acreditada a la cuenta de cheques de la sucursal bancaria que marque el interesado, y la tercera, es que se envíe el cheque por correo certificado a su domicilio.

La SECOFI resolverá en un plazo de diez días hábiles, remitiendo su resolución a la SHCP para que esta por conducto de la Tesorería de la Federación haga llegar al solicitante su devolución respectiva.

Las personas físicas o morales que obtengan la devolución de impuestos de importación deberán guardar y tener a disposición de las secretarías de Comercio y de Hacienda y Crédito Público los documentos relacionados con las solicitudes que hubiesen presentado, todo ello por un lapso de cinco años.

Es necesario hacer mención que, no se incluye en esta devolución el impuesto al valor agregado proporcional.

En la solicitud ya mencionada, el exportador establece el valor total de los impuestos pagados por la importación definitiva de insumos extranjeros, todo ello en moneda nacional, el mecanismo para calcular este beneficio para el exportador es la siguiente manera:

A. - La cantidad en M.N. pagada por concepto de impuestos de exportación definitiva de insumos extranjeros, entre el tipo de cambio controlado de venta del peso con relación al dólar norteamericano vigente a la fecha en que se efectúa el pago.

B. - El resultado de la operación anterior se multiplicará por el tipo de cambio controlado de venta del peso con respecto del dólar norteamericano correspondiente a la fecha que se autoriza la devolución. El resultado que se obtenga será exactamente la cantidad en M. N. que deberá recibir el exportador.

2. - DERECHOS DE IMPORTACION DE MERCANCIAS PARA EXPORTACION (DIMEX).

Con el propósito de premiar y estimular a las empresas exportadoras liberándolas de la necesidad de solicitar permisos de importación para ser utilizados en la operación de exportación o de sus proveedores habituales de la misma, el Gobierno Federal decretó en 1985 la utilización de los derechos de importación de mercancías para la exportación (DIMEX).

Estos derechos serán entregados a los beneficiarios por medio de unos certificados que le permitirán al beneficiario acreedor, su derecho a importar sin permiso. Las características a llenar a estos documentos son:

- Número progresivo de identificación que se proporciona al tramitar la solicitud.
- Valor al 30% del precio de Libre abordo de la exportación, pero en dólares norteamericanos; ese 30% debe estar amparado por su compromiso de venta de divisas (CVD) correspondiente, y el porcentaje podrá ser ampliado por la SECOFI cuando se le demuestre que se utilizan insumos importados en una proporción mayor.
- El nombre del titular con el registro federal de contribuyentes y de su registro nacional de importadores y exportadores.
- El número de CVD, base de certificado que se expida.
- Mención expresa de que sólo podrá utilizarse por el titular para operaciones de esa empresa o de su empresa o de sus proveedores.
- Tendrá una vigencia de un año a partir de la fecha de su aceptación.
- Tendrá la firma impresa de la Tesorería de la Federación y la autógrafa de los funcionarios de la institución de crédito que entregue el certificado, así como el sello de la misma.

Adicionalmente en el certificado, existen espacios para el nombre de la persona a la quien se le transmiten los derechos, así como también para el número de pedimento o pedimentos que atestigüen la importación hecha, con base en el certificado correspondiente, estableciendo la fecha y la aduana de entrada.

Por un lado, cabe mencionar; que las importaciones que se realicen con el mayor apoyo de estos certificados cubrirán el impuesto ad-valorem mínimo de un 10%. Estos impuestos más los adicionales o especiales en su caso, con exclusión de impuesto al valor agregado (IVA), le serán devueltos al exportador por medio del DRAW-BACK.

DIMEX exceptuó de este beneficio a productos como: aceites, crudos del petróleo, gasoil, gasolina, fuel oil, querosena, los demás aceites del petróleo, o de minerales, vitaminosos, gas natural y propano-butano.

Por otro lado, se exceptúan del beneficio de importación de DIMEX 537 fracciones específicas de tarifas de impuesto general de importación, que aparecen en el Diario Oficial del 31 de julio de 1985, donde además se modifica el impuesto a pagar reduciéndose del 25% al 10%.

Es importante destacar que, la transmisión de estos certificados que amparan los DIMEX, son títulos gratuitos.

En lo referente a aduanas, el beneficiario de un DIMEX, hará uso del mismo y lo entregará en el momento de despacho de la mercancía, a efecto de que los empleados aduanales permitan la internación al país de las mercancías que se establezcan en los pedimentos específicos, cancelando y conservando la aduana dicho certificado, aun cuando el valor de la mercancía importada sea menor al estipulado por DIMEX. Las aduanas harán la conversión a dólares norteamericanos en los casos en que las facturas que se les presenten vengan en alguna moneda distinta a la de E. U., con base en los tipos de cambio que marca el Banco de México que se encuentre vigente en la fecha de importación.

Los Pedimentos de Importación que se amparen con los certificados DIMEX deberán contener la siguiente leyenda: "Importación con certificado de derechos a la Importación para la Exportación Número (a) . . ."

Los exportadores solicitarán su DIMEX a la institución de crédito en que hayan registrado el CVD a más tardar el día hábil siguiente en que venza el plazo para cumplir con dicho CVD. Una facilidad adicional consiste en que podrá obtener certificados DIMEX por importes parciales de divisas que se reciban para cumplir con un CVD. Las instituciones de crédito entregarán certificados DIMEX, en las denominaciones que solicite el exportador, quedando obligadas dichas instituciones a canjearlos por otros de distinta denominación cuando así lo solicite el beneficiario; conservando los nuevos DIMEX los datos y fechas de expedición de los originales.

Si el exportador no cumple con un CVD dentro del plazo ordinario o en la ampliación que haya obtenido, perderá el derecho de obtener certificados DIMEX, por lo tanto, las instituciones de crédito no podrán autorizarlos si las personas físicas o morales no están al corriente en el cumplimiento de sus demás obligaciones de control de cambios.

Esta medida de estímulo a las exportaciones, deberá combinarse adecuadamente con el DRAW-BACK, las importaciones temporales, y los programas de operación temporal para la exportación con el fin de poder maximizar los beneficios a las empresas participantes, utilizando con ello, los diferentes apoyos fiscales que ha puesto en marcha el gobierno mexicano.

3. -	IMPORTACIONES	TEMPORALES	PARA	EXPORTAR	PRODUCTOS
	MANUFACTURADOS.				
	Dentro de la Ley Aduanera (ARTS. 139 AL 152)		(ARTS. 75 AL 89)		su y su
	reglamento establece disposiciones en favor de industriales y comerciantes del país, que traen del extranjero materias primas, partes				de la República
	piezas, refacciones, empaques y embalajes que requiera para fabricar junto con insumos nacionales, bienes o servicios				
	destinados al mercado internacional.				

El objetivo principal al igual que de los otros estímulos mencionados es, propiciar un incremento de la exportación de bienes y servicios no petroleros, aumentar la capacidad de ingreso de divisas que atiende a equilibrar nuestra balanza comercial y a incrementar nuestras reservas internacionales atenuando las presiones sobre nuestra balanza de pagos, y además al podernos permitir una mejor utilización de la capacidad y producción instalada, manteniendo o generando nuevos empleos.

Estas facilidades están diseñadas para empresas exportadoras que realicen anualmente ventas al exterior menores a un millón de dólares norteamericanos o facturen productos de exportación menores al 10% de sus ventas totales o cubran el 100% de fianza y el 2% de impuesto de importación. Los productos de importación arriba mencionados, podrán ser adquiridos por el empresario nacional o recibidos a consignación, sin que por el hecho de su ingreso al territorio nacional, pague impuestos aduaneros, de muellaje, adicionales o el IVA según sea el caso. Así, los plazos de importación temporal que se autorizarán serán de 6 meses, prorrogables por períodos iguales, debidamente justificados con un límite de hasta dos años.

En el caso de que el solicitante de la importación temporal para exportación no vaya a realizar los procesos de transformación o elaboración total o parcial, sino que estos tengan que efectuarse por una persona física o moral distinta; la facilidad se otorgará siempre y cuando sea solicitada con anticipación dentro del texto de la solicitud inicial.

El retorno al extranjero de los insumos importados podrá realizarse por la misma aduana por la que se internaron, o por aduana distinta, y destinarse al país de procedencia original o a otros sin limitación alguna.

El exportador mexicano puede optar según sus necesidades por utilizar la importación temporal que se señala en los párrafos anteriores o bien, puede optar por el Programa de Importación Temporal para Exportación, el cual compromete exportaciones superiores a un millón de dólares o de 10% al 30% de sus ventas totales según el tipo de productos que importe.

1.- PROGRAMA DE IMPORTACION TEMPORAL PARA EXPORTACION (PITEX) (33).

Este programa tiene un doble objetivo: Fortalecer el régimen de importación temporal para la exportación evitando se transmitan a la industria ineficiencias productivas y ofrecer a los exportadores, suficiente seguridad para que puedan realizar compromisos de exportación a largo plazo.

Estos programas están diseñados para empresas exportadoras que realicen anualmente ventas al exterior por un valor superior a un millón de dólares o facturen productos de exportación por más de un 10% de sus ventas totales, en el caso que importen:

I.- Materias primas e insumos que se destinen totalmente a integrar o producir mercancías de exportación.

(33) Gobierno Federal "Programa de Importación Temporal para la Exportación" Diario Oficial de la Federación 9 de mayo de 1985 y 19 de septiembre de 1986.

II. - Envasos y empaques que se destinen totalmente a contener mercancías de exportación.

III. Combustibles, lubricantes, materiales, refacciones y otros bienes que intervengan directamente en los procesos de transformación o producción de las mercancías de exportación (cobren sólo el 40% de fianza y se exceptúan del pago del 2% de impuesto de importación).

Y un 30% de sus ventas totales para el caso de importación temporal de:

IV. - Maquinaria, equipo, instrumentos, herramienta y moldes destinados al proceso productivo de las mercancías de exportación.

V. - Aparatos, equipos y accesorios de investigación, seguridad industrial, control de calidad y capacitación de personal, relacionadas con la actividad exportadora.

(cobren el 40% de fianza y también quedan exentos del 2% de pago de impuesto de importación).

El programa de importaciones temporales para la exportación proporciona diferentes beneficios para las empresas que lo utilizan:

- No se requerirá permiso previo de la SECOFI ni autorizaciones administrativas específicas de ninguna clase, salvo que se trate de mercancías sujetas a requisitos de seguridad nacional, sanitarias o fitosanitarias.

- Los plazos son mucho mas amplios a los establecidos a la importación temporal de empresas que exportan menos de un millón de dólares.

- En el caso de la importación temporal de combustibles, lubricantes y materiales, refacciones y otros bienes que intervengan en los procesos de transformación o producción de mercancías de exportación, se otorgará el tratamiento de mermas y por lo tanto no existirá obligación de retorno.

- Las empresas beneficiadas por el PITEX estarán exentas de cubrir el 2% sobre el monto de impuestos de comercio exterior por cada mes o fracción de plazo de permanencia en el país, de los artículos extranjeros que se trate.

- Se podrá autorizar la venta de productos elaborados con mercancías importadas en el mercado nacional, por un valor superior al 20% de las exportaciones que realice la empresa. Este porcentaje podrá ser ampliado a 30% de las empresas que realicen ventas en las franjas fronterizas y las zonas libres del país, por un valor mínimo de 10% de sus ventas totales.

- Se podrá autorizar a las maquiladoras al amparo de los beneficios del PITEX, con previa renuncia expresa del programa de maquila.

Cabe mencionar que, todos estos beneficios que brinda el PITEX, adicionalmente pueden tener el apoyo de los certificados de DIMEX u otros estímulos fiscales. Por ello, volvemos a reiterar la gran importancia que tiene para el empresario nacional exportador, el conocer y combinar en un momento dado toda esta serie de estímulos y apoyos que se dan para promocionar esta actividad.

5.- CERTIFICADO PARA LA APLICACION DE SALDOS A FAVOR EN EL IMPUESTO AL VALOR AGREGADO (IVA) POR EXPORTACIONES. (34)

Mecanismo que permite la devolución de los saldos que tengan a favor en el IVA por concepto de exportaciones, reduciendo así los costos financieros permitiéndole en muchos casos ofrecer un mejor precio. El mecanismo les permite obtener un certificado de devolución de impuestos (CEPROFI) cuantificado en forma mensual.

Las personas físicas o morales contribuyentes del IVA, cuyo volumen de operaciones realizadas al extranjero, superen en forma habitual gravámenes con tasas distintas al 0%, podrán obtener el certificado para la aplicación de saldos a favor en el IVA por exportaciones. Este certificado podrá ser utilizado para el pago de cualquier impuesto federal, con excepción de aquellos que estén destinados a un fin específico.

El certificado tendrá una duración de tres meses, a partir de la fecha en que se inicie el período de vigencia consignado en el mismo.

Para utilización de Certificado para la devolución de impuesto del IVA a favor del contribuyente exportador, no lo limita al aprovechamiento de otros estímulos fiscales generales. Es conveniente por ello, que el exportador tenga presente que puede dirigirse a diferentes instituciones y dependencias, poder ser asesorado en relación a los diferentes estímulos fiscales que proporciona el Gobierno mexicano en apoyo a la actividad exportadora.

6.- BODEGAS FISCALES

Los servicios que se prestan son los de almacenaje, guarda y custodia de los productos importados y exportados. En el caso de las Bodegas Fiscales, el Gobierno Federal ha otorgado un plazo de gracia, sin costo, para que el exportador realice el envío de sus mercancías al extranjero. Dicho plazo es de seis meses, que se han extendido en las mismas condiciones, a los almacenes fiscalizados. Dentro de estos recintos el exportador podrá realizar actos de conservación, examen y tomas de muestras, siempre que no se altere o modifique su naturaleza o las bases gravables para fines aduaneros.

El propietario de las mercancías de exportación, cuenta además con la seguridad de que el fisco federal o las empresas concesionarias de los almacenes fiscales y fiscalizados, responderán por el valor de las mercancías que llegasen a extravariarse.

En el caso mexicano, estas facilidades pueden encontrarse en los almacenes de depósito que operan en el país. Su localización está generalmente en las instalaciones de las oficinas aduanales del país, fundamentalmente y de aquellos denominados fiscalizados que son concesionados a empresas privadas y que pueden estar en o cerca de las oficinas aduanales del país o incluso dentro del territorio nacional.

(34) Secretaría de Hacienda y Crédito Público. "Certificado para la ampliación de saldos a favor en el IVA por exportaciones" Diario Oficial de la Federación. 15 de diciembre de 1986.

II. 2. 3. Negociaciones Internacionales.

El exportador mexicano también puede tener diferentes beneficios adicionales al conocer los diferentes mecanismos en que puede negociar a través de tratados o acuerdos con diferentes países del mundo. Los mas significativos y con mayor relevancia dentro del comercio exterior, son los siguientes:

II. 2. 3. 1. El Sistema General de Preferencias (S.G.P.).

Durante el segundo período de sesiones de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD), en 1978, se aprobó una resolución por medio de la cual los países industrializados se comprometieron a establecer ventajas o reducciones arancelarias generalizadas no recíprocas y no discriminatorias a productos manufacturados, semifabricados y a un número determinado de productos primarios, que son originarios y provienen de países en vías de desarrollo.

Este sistema se conoce como el Sistema Generalizado de Preferencias (S. G. P.), es generalizado por que se destina en general a los países en vías de desarrollo; es preferente pues rebaja o exenta de aranceles, la importación de productos que específicamente señalan los países participantes y por tanto no exige reciprocidad por dichas rebajas o exenciones; y temporal por que su vigencia se programó para un período inicial de 10 años prorrogables.

Otra de las características de este sistema, es que para los productos primarios y para algunos productos manufacturados que pudieran causar una perturbación a las industrias locales del país industrializado, las autoridades correspondientes han fijado cupos o contingentes máximos ya sea en valor, en volumen y/o en temporalidad.

México es uno de los 143 países y territorios considerados en los sistemas generalizados de preferencias, por ello, el industrial y comerciante mexicano deberá tener en cuenta esta circunstancia, pues con toda seguridad habrá de enfrentar competencia en algunos de los mercados de los países desarrollados que otorgan el mismo tratamiento preferencial, es decir, deberán analizar no solamente si su producto está considerado dentro del S. G. P. del país que sea su interés, sino también las estadísticas de importación que le identifiquen cuál es el porcentaje de ese mercado que exportadores de otros países en vías de desarrollo están cubriendo, y por tanto, serán sus principales competidores a enfrentar.

Después de llevar a cabo la determinación de la ventaja arancelaria que pudiera disfrutar con competidores de otros países, es conveniente que examine si dicha preferencia no está sujeta a limitaciones impuestas por cantidades o contingentes.

Después, tendrá que averiguar cuáles son los criterios de origen que el sistema específico tiene el país o países de que se trate ha considerado para señalarlo originario de México. (35)

(35) Se utiliza el documento oficial denominado Certificado de Origen adicionalmente a los otros documentos requeridos tanto en el país exportador, como en el país importador.

Los criterios de origen pueden clasificarse en dos:

1.- Criterios que determinen el hecho de que las mercancías a exportar son totalmente producidas por el país beneficiario del S. G. P.

2.- Criterio que pertenece al ámbito de las mercancías que incorporaron en su proceso de fabricación o producción, materiales o insumos extranjeros.

(Se consideran mercancías totalmente producidas por el país beneficiario del S. G. P., aquellos productos cultivados, extraídos del suelo o cosechados en el país o inclusive o fabricados con esos productos).

II. 2. 3. 2. Asociación Latinoamericana de Integración (A.L.A.D.I.)

La Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI), tuvo su origen en el tratado de Montevideo 1980 en que los Gobiernos de Argentina, Bolivia, Brasil, Colombia, Chile, Ecuador, Paraguay, Perú, Uruguay, Venezuela y México; establecen un proceso de Integración encaminado a promover el desarrollo económico y social, armónico y equilibrado de la región, que a largo plazo llegará a establecer en forma gradual y progresiva un mercado común latinoamericano, a través de una promoción y regulación del comercio recíproco, de la complementación económica y de acciones de cooperación en el campo económico que permitan la ampliación de los mercados.

Los mecanismos que se establecieron consisten en una preferencia arancelaria regional, acuerdos de alcance regional y acuerdos de alcance parcial. En los primeros se aplicará una tasa arancelaria preferencial (es a negociar); en los segundos, serán aquellos en los que participan todos los países para otorgarse concesiones arancelarias y no arancelarias para la importación de productos; y el tercero, son aquellos en que no participa la totalidad de los países miembros y éstos a su vez pueden ser comerciales, de complementación económica, agropecuarios y de promoción del comercio; respectivamente.

Los exportadores mexicanos podrán, por lo tanto, ofrecer aquéllos productos que fabriquen y que específicamente encuentren negociados por medio de algunos de los acuerdos antes señalados, con el país o países sudamericanos con que participen. La ventaja arancelaria consiste en una reducción porcentual del impuesto a la importación, es decir, si México y Argentina dentro del acuerdo comercial de alcance parcial que han celebrado, han establecido una preferencia arancelaria del 50% para zapatos que se importan para territorio argentino, siempre y cuando sean originales de nuestro país y se exporten directamente de México, esto quiere decir que los productores mexicanos podrán negociar con sus clientes argentinos la venta de sus productos en condiciones mejores, que los proveedores digamos de Estados Unidos, Japón, etc., incluyendo los miembros de la ALADI, pues las concesiones que se realizaron están bajo un acuerdo de tipo bilateral. Mediante la ALADI tenemos el acuerdo 36 con Argentina, el 31 con Bolivia, el 37 con Chile, el 40 con Colombia, el 29 con Ecuador, etc., que abarca las diferentes ramas productivas de los diferentes países.

II. 2. 3. 3. Acuerdo General sobre Tarifas Aduaneras y Comercio (GATT).

Otro de los mecanismos de negociación internacional útiles en nuestro comercio exterior es el Acuerdo General sobre Tarifas Aduaneras y Comercio (GATT); importante para el exportador mexicano y en general, para el empresario nacional.

México se ha beneficiado a través de diferentes acuerdos comerciales con varios países del mundo, pero en nuestro caso, existen aún productos de nuestro interés específico que necesitan un mayor poder de negociación y de tratamiento arancelario preferencial. Ello implica la necesidad de apertura comercial de nuestro comercio exterior, entendiéndose esta acción no sólo como más importaciones que compitan con la calidad y precio de nuestros productos, sino como descubrimiento de oportunidades de mercados externos con la cimentación de una mayor capacidad de exportaciones no petroleras.

El GATT es un organismo a nivel internacional, consecuencia de un acuerdo-tratado multilateral cuyos países integrantes realizan más del 80% del comercio mundial, y por tanto, es el único instrumento multilateral que fija normas convenientes para regir el Comercio Internacional.

Su finalidad básica es la liberalización del comercio mundial mediante la celebración de acuerdos encaminados a obtener, a base de reciprocidad y de mutuas ventajas, la reducción sustancial de los aranceles aduaneros y de las demás barreras comerciales y eliminación de tratos discriminatorios; dando con ello una base estable y contribuyendo así al crecimiento, bienestar y desarrollo económico de todos los pueblos.

Resulta importante destacar, que el acuerdo no está limitado a países desarrollados, ni a países con un sólo tipo de economía, ni tampoco representa limitaciones a países exportadores de productos básicos. Incluye a todos los países interesados en abrir sus fronteras y participar mayormente dentro del intercambio internacional.

El principio fundamental en que se basa el GATT es que: "Cualquier ventaja, favor, privilegio o inmunidad concedido por una parte contratante a un producto originario de otro país, será concedido inmediatamente e incondicionalmente a todo producto similar originario de los territorios de todas las demás partes contratantes o a ellas destinadas". (Cláusula de la nación más favorecida y principio de reciprocidad y no discriminación.)

Algunas de las prohibiciones del GATT son:

- 1.- Permisos previos de importación y establecimiento de cuotas.
- 2.- Las subvenciones a las exportaciones. Esto se refiere a la devolución de cualquier impuesto directo a suministro de fondos otorgados por el Gobierno (subsídios) para promover las exportaciones.
- 3.- La práctica del "Dumping", esto es, fijar un precio a los mercados extranjeros por debajo del precio nacional.

En julio de 1985, México se convierte en el miembro número 92 del Acuerdo General sobre Tarifas Aduaneras y Comercio (GATT).

Las condiciones generales de su adhesión (36) son:

- 10.- México se reconoce como país en vías de desarrollo.
- 20.- Se le consideran tres sectores estratégicos: El agrícola, el energético y algunas ramas industriales, como la automovilística, farmacéutica, textil, y ciertas líneas de bienes de capital.
- 30.- Las barreras arancelarias mexicanas se eliminarán en un plazo de ocho años, con la posibilidad de aplicar un gravámen de emergencia del 50% del arancel ya negociado. Hasta el día 10 de septiembre de 1988, el 90% de nuestras importaciones están libres de permiso de importación y su nivel de arancel fluctúa entre el 0% y el 20% como máximo.
- 40.- El país puede restringir sus importaciones apelando a la cláusula de salvaguardia (*) en caso de existir serios problemas en balanza de pagos.
- 50.- Los industriales locales quedan protegidos contra prácticas desleales (Dumping). (37).
- 60.- Las negociaciones se realizan por paquetes de productos con revisión previa del país ingresante. (38).
- 70.- Se suprimen subsidios de cualquier índole a la planta productiva nacional. Sin embargo, las partes contratantes reconocen que los incentivos concedidos en el marco del Profitec, son compatibles con la disposición del propio acuerdo general y el de subvenciones y medidas compensatorias y por lo tanto, no se exige ningún cambio en este renglón.

A partir del ingreso de México al GATT, se empezó a especular sobre las posibles consecuencias a corto y mediano plazo, especulaciones infundadas por empresas y grupos diversos que desconocían y aún desconocen las bases mediante las cuales se hace este tipo de negociaciones multilaterales.

(36) Banamex. "La marcha de la economía". Examen de la situación económica de México. Vol. LXII #720 agosto de 1986 pag. 346.

(*) Permite imponer restricciones cuantitativas (cuotas-permisos) temporales a las importaciones, con la idea de corregir un elevado déficit en cuenta corriente.

(37) Para evitarlo la ley reglamentaria del Art. 131 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos en materia de Comercio Exterior, establece una restricción (cuota-compensatoria) que compensa el margen de competencia desleal de mercancías importadas. (Diario Oficial 13-01-86).

(38) A inicios del ingreso de México al GATT, se negociaron 373 productos, que representaron un 15% del valor de las importaciones de 1985 (cerca de 2 mil millones de dólares).

Sin embargo, la realidad es otra, pues la postura del empresario mexicano ha demostrado su interés por el cambio estructural que se viene argumentando a partir del Plan Nacional de Desarrollo 1983-1988. (39)

A la fecha (01 de enero de 1989) el cambio estructural que se ha realizado en nuestro comercio exterior, con la racionalización proteccionista y la apertura comercial, (*) ha tenido resultados alentadores, los beneficios tanto para el empresario como para el exportador mexicano y el consumidor nacional son reales y diversos:

- a. - El consumidor mexicano tiene la opción de obtener productos con más calidad y a mejores precios, ya que con el ingreso al GATT, se ha competido en calidad y precio con los productores mexicanos.
- b. - Ha contribuido en la reducción de la inflación, pues se han importado insumos más baratos aunado a la política de subvaluación del tipo de cambio, lo que logró en algunas actividades productivas, disminución en los costos de producción y con ello ofrece productos a menores precios.
- c. - Se han establecido condiciones favorables para que:
 - Se posibilite el inicio del proceso de reconversión industrial planeado, mejorar la calidad y elevar la competitividad de nuestra producción.
 - Se incremente la capacidad de negociación multilateral con la consecuencia de reducción del proteccionismo.
 - Se han diversificado los mercados de exportación, con la ventaja de poder reducir la dependencia comercial que tenemos con los Estados Unidos.
 - A pesar de haberse estimulado las importaciones debido a la apertura comercial y eliminación del proteccionismo, nuestras exportaciones han ido en aumento además de diversificarse a productos manufacturados.

Por lo tanto, la apertura comercial ha traído problemas para empresas mal dotadas, pero oportunidades para otras. Es inaceptable que el consumidor mexicano se vea obligado a pagar por la existencia de mercados cautivos, un artículo con precios dos o tres veces más altos que el de el mercado internacional. Como en cualquier mercado libre, se verán afectados los productores ineficientes y los recursos serán aplicados donde las empresas tengan una ventaja comparativa mayor.

El ingreso al GATT, intenta una reasignación de recursos a través de nuevas inversiones a costos más realistas y a través de una mentalidad productiva que debe generalizarse, pues es un paso inicial ineludible para que el productor mexicano participe y se beneficie de este acuerdo multilateral de comercio.

(39) González X. Claudio. "El impacto de la apertura internacional de la economía mexicana". Ejecutivos de Finanzas. Vol. XV #5 mayo de 1986 pag. 12.

(*) Aspectos analizados y evaluados en nuestro capítulo I de esta investigación.

II. 2. 3. 4. Intercambio Compensado.

El sistema multilateral del comercio y pagos internacionales, auspiciado por el GATT y el Fondo Monetario Internacional FMI, se encuentran frente a otra alternativa de comercio internacional; el bilateralismo y la propensión al intercambio compensado.

En su expresión más simple, el intercambio compensado toma la forma de trueque. Este término se utiliza para describir aquellas transacciones comerciales internacionales, donde canjea todo o parte del pago por adquirir o vender bienes, servicios, en lugar de intercambiarlos por dinero (comercio sin dinero).

En años recientes, esta práctica comercial ha sido utilizada principalmente por los países en desarrollo, así como también algunos países de América Latina.

Muchos países utilizaban este mecanismo para corregir déficit en sus balanzas de pagos, por falta de financiamiento o elevadas cargas de las deudas externas o por cuestiones políticas.

Algunas organizaciones a nivel internacional como es el GATT, la Organización de Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE) determinan estas operaciones entre el 20 y 30% del comercio total mundial. Y son los gobiernos los que mayormente han llevado a concretar estas operaciones; además la mayor parte de éstas se ha realizado con productos básicos como: granos, petróleo, minerales y algunos casos productos semielaborados y de capital.

El intercambio Compensado abarca diferentes modalidades a nivel mundial: (4a)

C U A D R O N o . 1 0

Trueque
Contracompra
Compensación
Triangulación (switch)
Offset.

TRUEQUE:

Es la forma más simple del intercambio compensado por la que se establece un acuerdo de intercambio directo de bienes entre dos partes, sin el uso de dinero. Por lo general el valor de la exportación iguala al de la importación y con ello sus saldos se compensan. En caso de no ser así, se tiende a cubrir el diferencial con divisas libremente aceptados.

El plazo estipulado para estas operaciones es por lo general de un año para no afectarse ambas partes de las fluctuaciones de los precios mundiales.

Como esta transacción no se hace con dinero, no se utiliza como generalmente se hace, la Carta de Crédito también opera como una carta de crédito llamada "Stand-by", la que obliga que en caso de no cumplir alguna de las partes contratantes, se obtendrá un pago en divisas; en realidad esta carta otorga seguridad en la transacción.

Por ejemplo: las ventas alemanas de automóviles BMW a cambio de algodón ecuatoriano, el intercambio de reactores atómicos de Francia por algodón sudanés etc.

CONTRACOMPRA:

Es modalidad de intercambio más común y frecuente en todo el mundo hoy en día. El intercambio se realiza por lo general con equipo, planta o tecnología; y se acepta recibir como pago, divisas libremente convertibles y bienes no relacionados (contracompra) dentro de un período determinado, por lo general de uno a cinco años.

Ella implica la firma de dos contratos paralelos y separados y un protocolo que los relaciona. En el primero, se determina el suministro de uno o varios productos a un nivel de precio a cambio de divisas; en el segundo el exportador original se compromete a comprar al importador original, bienes seleccionados de una lista muy variada a cambio de divisas.

De aquella lista se excluyen los bienes producidos por la tecnología que se le está exportando y la contracompra es por un valor equivalente a un porcentaje, frecuentemente menor del valor del primer contrato. Por lo general, el valor de los bienes es calculado en términos de su equivalente en divisas libremente aceptadas.

Por otro lado, se permite que un banco financie cada transacción, a través de las tradicionales cartas de crédito, siempre y cuando dichas operaciones no estén legalmente condicionadas. Por lo general, este tipo de transacciones requiere de financiamiento puente (1) para el exportador, o para que el exportador consiga al comprador externo.

En la práctica, empresas exportadoras originales no utilizan ellas mismas los bienes recibidos por el segundo contrato, sino que los transfieren con descuento a empresas comercializadoras (trading companies) para venderlos en el mercado internacional.

COMPENSACION:

Esta modalidad implica que el exportador que suministra planta, equipo o tecnología acepta por contrato, recibir como pago parcial o total, bienes que ha de producir el importador con el equipo o la tecnología que le vendió originalmente.

(1) Financiamiento que en el caso mexicano es adquirido a través de FOMEX. (ver subcapítulo II. I. I de esta investigación).

La compensación requiere un par de contratos paralelos y por separado y un protocolo. El período que abarca es de generalmente entre 5 y 20 años, a fin de permitir el pago en especie con la tecnología importada, implica también grandes sumas de dinero y de producción. Es común en esta modalidad que una empresa quiera mantener su participación en cierto mercado de un país en desarrollo.

El crédito se extiende comúnmente al Banco Central del país en desarrollo con período de gracia de un par de años, tiempo que comienza a partir del momento de entrar en operación su fase de producción de la planta.

Por ejemplo: una empresa de E. U. manufacturera de tractores agrícolas exportó una planta y tecnología a Polonia, recibiendo una parte del pago en divisas libremente cambiables y el saldo en tractores hechos en Polonia. En otro caso, la General Motors Corporation de E. U. adquirió automóviles de Brasil como pago parcial por montar una planta automotriz en ese país.

TRIANGULACION: (SWITCH)

La triangulación permite a cualquier de las partes contratantes, transferir sus compromisos a una tercera parte. Si el receptor de los productos no los puede vender, ya sea en su mercado interno o en el exterior, transfiere sus derechos a una empresa de comercialización (switcher) especializada en la triangulación.

En la práctica, se han concedido descuentos de hasta 40% para que una empresa venda los productos a otra empresa comercializadora para su triangulación. La diferencia entre el pago final en divisas duras (42) y el costo original de los bienes, representa la utilidad de la empresa comercializadora.

Así, la triangulación permite al país A que tiene un excedente en su comercio bilateral, transferir parte o toda la disponibilidad de su cuenta de compensación a una tercera parte, quien puede ser un país B o una empresa comercializadora, quienes tienen un precio de descuento.

Las principales empresas comercializadoras en triangulación, están ubicadas en Europa Occidental, especialmente en Viena, Amsterdam, Londres y Hamburgo.

OFFSET:

Un acuerdo offset (compensación) es principalmente utilizado para ventas relativas a equipo y materiales de defensa, ventas como aviones comerciales y otros productos considerados prioritarios para el Gobierno comprador.

(42) Las divisas duras son: dólar americano, libra esterlina, marco alemán, franco francés, lira italiana, dólar canadiense y el yen; ya que son divisas con economía de gran respaldo productivo.

Mediante el Offset un gobierno que importa bienes de capital o importantes sistemas militares, requiere que el vendedor lo compense por los efectos económicos y presupuestarios comprando ciertos bienes, o bien produciendo una parte del sistema adquirido, o a través de inversiones en su país. El Offset toma la forma de intercambio compensado al establecer compromisos de coproducción o inversión.

La empresa estadounidense Mc Donnell Douglas vendió 22 aviones DC-9 valorados en 100 millones de dólares a Yugoslavia y accedió a adquirir bienes de ese país por valor de 25 millones de dólares. Además accedió a recibir ciertos equipos para su propio uso, sin embargo recibió jamón de puerco, torres de transmisión, protectores de caucho que fueron vendidos a empresas comercializadoras de descuento.

Por lo tanto, aunque el exportador y el productor nacional no ocupan mucho estos mecanismos, es importante su conocimiento pues en un futuro mediano, su capacidad productiva o la propia demanda externa pueden hacer necesario utilizar alguna de las modalidades del intercambio compensado.

Algunas de sus ventajas son:

- 1.- Permite mejorar la posición de la Balanza de Pagos, pues realiza operaciones comerciales sin utilizar grandes cantidades de divisas, lo que le permite por un lado ajustar sus importaciones con sus exportaciones.
- 2.- Ayuda a preservar las divisas o reservas internacionales.
- 3.- Facilita la transferencia de Tecnología entre países industrializados y en menor grado a países en desarrollo.
- 4.- Permite ganar acceso a mercados protegidos y a nuevos mercados de exportación.
- 5.- Exportar productos básicos con excedente de oferta, siempre que no tienda a deprimir los precios del mercado internacional.
- 6.- Fortalecer lazos políticos, por razones estratégicas de seguridad o para mostrar su apoyo político hacia cierto país. Tiene un fuerte contenido político más que comercial.

II.3. Algunos aspectos operativos y administrativos que debe conocer el exportador nacional.

Es importante que el exportador mexicano, conozca los documentos y procedimientos operativos y administrativos más usualmente necesitados en las compra-ventas internacionales con la finalidad de agilizar y optimizar sus operaciones comerciales con países del exterior.

II.3.1. Permisos y documentos más usuales para exportar.

Tanto el productor como el comerciante mexicano interesado en realizar compras o ventas al exterior, puede realizar este tipo de actividad ya que no existe prohibición alguna para hacerlo; no obstante este tipo de operaciones necesita estar controlada y reglamentada administrativa, operativa, legal y financieramente.

A continuación, se mostrarán los diferentes documentos usuales en la actividad exportadora e importadora.

- A). Documentación requerida en el país de origen de las mercancías.
- B). Documentación requerida del seguro.
- C). Documentación necesaria para el transporte.
- D). Documentación utilizada para el pago de la exportación.
- E). Documentación requerida en el país de destino de las mercancías.
- F). Otros documentos utilizados en el comercio internacional.

- (A) Documentación requerida en el país de origen de las mercancías:

DOCUMENTACION COMERCIAL:

- a). Factura Pro-forma. Es una prefactura entregada por el vendedor al comprador, a efecto que éste pueda conocer el precio del producto o para que pueda efectuar los trámites de solicitud de licencias, permisos de importación etc., ante las autoridades del país de destino. Se usa también cuando los exportadores solicitan pagos anticipados antes de la entrega de la mercancía. Se presentan igual que las facturas comerciales sólo que deben incluir la mención: "pro-forma" (43).
- b). Factura Provisional. Es la realizada por el vendedor para cubrir envíos cuyo monto global no ha sido plenamente determinado, en razón de la cantidad a suministrar, de acuerdo al contrato.

(43) Granell Francisco. La exportación y los mercados internacionales. Tercera Edición, México D. F., Editorial Hispano Europea 1983. página 263.

- c) Factura Comercial. (44) Que debe expresar el valor comercial de las mercancías exportadas. Es el documento en el que se fija el importe de la mercancía expedida.

DOCUMENTACION ADMINISTRATIVA

- A) LICENCIA DE EXPORTACION. Es la licencia o autorización oficial para cubrir exportaciones sujetas a dicho requisito. De acuerdo a la ley Aduanera, practicamente todos los artículos son susceptibles de exportarse, excepto aquellos que van en contra de la salud o que son nativos del país y no quieren su reproducción fuera del país. Por ejemplo:
- focas, elefantes y leones marinos.
 - langosta viva.
 - huevos de tortuga de cualquier clase.

SOLICITUD DE PERMISO DE EXPORTACION:

La SECOFI, en cumplimiento al ordenamiento del Ejecutivo Federal, relativo a la simplificación administrativa, ha substituido en una sola las diferentes formas de solicitud que existían para solicitar permiso de exportación.

Para realizar dicho trámite es necesario acudir a :

SECRETARIA DE COMERCIO Y FOMENTO INDUSTRIAL

Departamento de Orientación y Difusión de la Dirección General de Controles al Comercio Exterior de Productos Industriales.

Blvd. Adolfo López Mateos 3025
periférico Sur

O en la Delegación Federal de su Jurisdicción.

(44) No se exigirá la presentación de facturas comerciales en importación y exportación efectuadas por embajadas y consulados extranjeros o por sus funcionarios y empleados, las relativas a energía eléctrica, las de petróleo crudo, gas natural y sus derivados cuando se hagan por tubería.

B) DECLARACION DE EXPORTACION.

Este documento se presenta a la aduana a la hora de exportar. La autoridad aduanera certifica el envío, con lo que se pasa a tener derecho a los diferentes estímulos fiscales y reembolsos de todo tipo a que tenga derecho el exportador. Estas declaraciones son la base sobre las que se establecen las estadísticas de exportación.

La declaración de exportación se realiza a través del documento denominado "Pedimento de Exportación" (ver cuadro No. 11), o comprobante Aduanal o Pedimento Aduanal. A través de Este documento se nacionaliza la factura externa tal pagar todos los impuestos y fracción arancelaria que corresponda al producto al momento de importar) ante una Aduana Oficial O se desnacionaliza una factura al vender o exportar al exterior.

Es sencillo, cuando una mercancía llega a territorio nacional, por cualquier que sea su medio de transporte, o pretenda salir de nuestro territorio, deberá hacerlo, por alguno de los lugares habilitados para el tráfico de importación o exportación, perteneciente a alguna aduana mexicana; para ello, la mercancía debe ser DESPACHADA.

El despacho aduanal es el conjunto de actos, o formalidades ejecutados u observados, tanto a la entrada de territorio nacional como a la salida del mismo, de productos extranjeros o nacionales de acuerdo a las diversas clases de tráfico y régimen aduanero dentro de nuestra ley aduanera y su reglamento en vigor. El reconocimiento aduanal es una de las acciones y formalidades del despacho y consiste en que la autoridad aduanera, por conducto del vista aduanal, efectúa el reconocimiento o exámen de las mercancías que se vayan a exportar, con el propósito de precisar su origen, naturaleza, estado, cantidad, especie, envases, peso, medidas y demás características a fin de verificar que la clasificación arancelaria sea correcta así como la totalidad de impuestos a cubrir. De Esta manera, si todo está correcto el vista firmará el pedimento (45) donde queda legalizado cualquier producto que se importará o cualquier producto que se exportara.

El número del pedimento, se asentará en orden progresivo por la aduana correspondiente.

C) CERTIFICADO SANITARIO O DE CONTROL.

Exigido por la autoridad del país de exportación para ciertos productos, sobre todo alimenticios. Esto se hace con el fin de no desprestigiar en el exterior a nuestro país, por exportaciones en mal estado, o calidad. Este certificado es uno de los documentos que en ocasiones debe ser visado por el cónsul del país del comprador en el país del exportador.

C U A D R O N o. II
Pedimento de Exportación

HACIENDA		SUBSECTORIAL DE INSPECCIÓN FISCAL DIRECCIÓN GENERAL DE ADUANAS	
C. JEFE DE LA ADUANA	CLAVE		
1) AGENTE ADUANAL 2) REP. LEGAL 3) EXPORTADOR	CLAVE A A		
SOLICITO EL DESPACHO DE LAS MERCANCIAS PARA SU EMBARQUE EN			
CON DESTINO A			
FECHA SALIDA	LUGAR PROCEDENCIA		
FACTURAS NUMS.			
FLETES			

EXPORTADOR	
DOMICILIO	
R.F.C.	R.N.I.E.
INTERMEDIARIO	
DOMICILIO	
VALOR FACTURABLE	
REGIMEN	NIVEL COMERCIAL
P <input type="checkbox"/>	C <input type="checkbox"/>
O <input type="checkbox"/>	Y <input type="checkbox"/>

NUM. DE PEDIMENTO	
FECHA DE PRESENTACION	
NUM. DE REGISTRO DE IMPRESOS	
VISTA	CLAVE
AUTORIZACION	
CERTIFICACION DE CAJA	

SECTOR PUBLICO

REGIMEN ADUANERO

RETORNO

BULTOS				DESCRIPCION DE LA MERCANCIA	FRACCION ARABELARA	AJUSTE DE LOS IMPUESTOS					VALOR ADIRIGADO
NUMERO Y MARCA	CONTENIDO	CLAVE	PESO BRUTO			REDUCCION DE CANTIDADES	VALOR COMERCIAL	PRECIO OFICIAL	TASA ADICIONAL	IMPUESTO GENERAL DE EXP. Y OTROS	

(45) Utilizado para operaciones superiores a los 1000 dls. a 5000 dls según el caso.

Por ejemplo para poder exportar de--
sechos de tejidos animales que son
la materia prima mediante la cual se
producen medicamentos de distinto
tipo en el exterior, principalmente
en Japón; es necesario además de los
otros documentos ya mencionados,
presentar permiso o certificado por
parte de la Secretaría de
Agricultura y Recursos Hidráulicos y
la Secretaría de Salubridad y Asis--
tencia.

D) DECLARACIONES DE DIVISAS. Son los documentos por los que el
exportador se ve obligado a
repatriar las divisas fruto del
precio de su venta al exterior.
Este documento es el denominado
"COMPROMISO DE VENTA DE DIVISAS" que
se tramita en las diversas
Instituciones Nacionales de Crédito
y que es un documento
importantísimo en los casos en que
exista una política cambiaria
organizada y controlada por la Banca
Central, es el caso mexicano.
En la aduana de la salida de
territorio nacional se registra la
fecha o las fechas de las
exportaciones que se realizan al
amparo del C. V. D., los números de
las facturas que se utilicen, los
registros y números de pedimentos de
exportación, las fracciones
arancelarias declaradas y el valor
de las mercancías de acuerdo al
término internacional de comercio
Libre a Bordo (FOB), junto con el
valor que aparezca en cada factura y
el tipo de divisas que se trate.

El C. V. D. que se firme con la institución de crédito tendrá
una vigencia de 90 días naturales a partir de la fecha en que
sean utilizados por el exportador para efectuar la primera
exportación. Durante la vigencia del Compromiso, su titular
podrá realizar una o varias exportaciones a su amparo por la
adua que haya señalado en dicho compromiso y deberá presentarlo
ante la misma en cada exportación. En caso de que el exportador
no utilice el C. V. D. dentro de los 90 días naturales contados
a partir de la fecha en que haya sido registrado por la
institución de crédito, deberá devolver a ésta el original y las
copias del mismo, a más tardar dentro de la semana siguiente al
vencimiento del plazo mencionado; tratándose de exportaciones de
orfebrería, joyería y otras manufacturas con contenido de metal
precioso el plazo es de 120 días.

- El exportador podrá deducir del CVD hasta el total de las divisas generadas por exportaciones, siempre y cuando se apliquen a:

1. Los gastos asociados autorizados correspondientes a dichas exportaciones.
2. Importaciones y gastos asociados autorizados, correspondientes a mercancía que ya se haya internado al país. Cuando se trate de mercancía que aún no se encuentra en el territorio nacional, Únicamente se dará un anticipo del 20% en las importaciones de herramienta, maquinaria y equipo que se vayan, a incorporar al activo fijo de la empresa importadora.
3. Adeudos vencidos a su cargo y a favor de proveedores extranjeros, contraídos antes del 20 de diciembre de 1982 y que se encuentren registrados en la SECOFI.
4. El principal y los intereses de los créditos en moneda extranjera pagaderos en la República Mexicana dispuestos a partir del 20 de diciembre de 1982, y los intereses de los créditos dispuestos con anterioridad a esta fecha, respecto de los cuales no se haya participado en alguno de los programas que administra el Banco de México en su carácter de fiduciario en el Fideicomiso para la Gobernatura de Riesgos Cambiarios y se encuentren registrados ante la SHCP.

(B) Documentación requerida del seguro:

Aunque este tipo de documentación va muy relacionada con el tipo de transporte que se utilice para exportar, es preferible hacer referencia de estos documentos a parte, ya que su contratación y requerimientos se realizan con otro tipo de empresas.

Las mercancías que se transportan desde el punto de origen hasta el de destino, están sujetas a numerosos riesgos. Las compañías aseguradoras se hacen cargo de satisfacer las pérdidas que puedan ocasionarse por los daños sobrevenidos, a través de un contrato de seguro por el que se obligan a ello a cambio del cobro de una prima.

Exportadores e importadores deben conocer los riesgos a que están sujetos los envíos al ser transportados, pueden las compañías de transporte solo responden a una parte de los daños que sufran las mercancías a su custodia. Por ello, se aconseja establecer un Contrato de Seguro de Transporte que ofrezca una garantía adicional suficiente.

Se utiliza para ello dos tipos de Pólizas: **INDIVIDUAL Y FLOTANTE.**

La Póliza Individual hace referencia a una sola operación o envío de la mercancía. Mientras que la Póliza Flotante ampara y cubre riesgos inherentes a varios envíos durante un determinado tiempo.

(C) Documentación requerida para el transporte de mercancías:

Para el transporte de mercancías se exige, a veces, que estén en regla los permisos oficiales de exportación y de importación, con lo que los transportistas tratan de cubrirse de peligros de imposibilidad de descarga de la mercancía, de peligros de contaminación, etc... Según las especificaciones del contrato de transporte o la cláusula contractual convenida, se deberá presentar el justificante de haber satisfecho el precio del transporte.

Documentación para el transporte marítimo.

1. - Recibo de a Bordo. - Es un recibo provisional por el que se atestigua que el cargador ha efectuado el embarque de las mercancías. Este recibo se canjea por el "Conocimiento de Embarque" cuando la compañía lo tiene listo, ya que éste constituye también un recibo de las mercancías.
2. - Póliza de Fletamento. - Documento sobre el que figuran las condiciones sobre las que se establece el contrato de transporte. Este documento tiene importancia cuando se contratan los servicios de un buque por el tiempo determinado o por la serie de servicios concretos (a veces en exclusiva), pero llega a utilizarse normalmente para envío de mercancías en régimen normal de transporte, pues el conocimiento de embarque por su parte, también fija, ya las condiciones de transporte a la vez que cumple otras funciones.
3. - Conocimiento de embarque. - Este documento realiza al mismo tiempo una triple función: (ver cuadro 12)
 - Constituir recibo de las mercancías por parte de la compañía transportista. La compañía puede declarar haber efectuado ya el embarque de las mercancías (conocimiento "A Bordo") o simplemente haber recibido las mercancías para embarque (conocimiento "Recibido para Embarque"). Ahora, el conocimiento se denomina LIMPIO cuando la compañía transportista no superpone cláusulas sobre el documento, declarando que las mercancías o los embalajes se le han entregado en estado defectuoso, por ejemplo: cajas de segunda mano.
 - Título de propiedad transferible, que permite al tenedor de una de las copias negociables reclamar la entrega de las mercancías. Existen conocimientos nominativos (a nombre del consignatario) y los órdenes negociables y no negociables. Cabe mencionar que la legislación de algunos países no los admite por ello es mejor designar consignatario al Banco emisor del crédito documentario.
 - Prueba del contrato marítimo donde se fijan las condiciones en que éste se realiza. Con relación a este transporte se admiten las siguientes posibilidades: "Flete Pagado" el transportista se declara reintegrado por el programador del precio del flete. "Conocimiento Corrido" es el entregado por el primer transportista de una mercancía que será sometida a transbordo, en buques de la misma o de otra compañía.

Los conocimientos de embarque se entregan por juegos completos- y constan de tres o cuatro copias negociables (**). Es importante aclarar que, en la parte delantera del conocimiento de embarque, se consignan los datos referentes al envío y en la posterior, las condiciones en las que la compañía naviera ofrece el contrato de transporte. (46)

Documentación en el transporte terrestre:

1.- Por ferrocarril.- Se utiliza la Carta de Porte que constituye a la vez, el recibo de las mercancías expedidas (cuando sobre ellas figure el sello de la compañía ferroviaria, confirmando la aceptación de las mercancías de carga) y una prueba de la existencia del contrato de transporte. En la mayoría de los países europeos de acuerdo con la Convención Internacional de Berna para el transporte de mercancías por ferrocarril, la carta del porte debe establecerse a favor del destinatario; en los países no alineados a esta convención, las cartas de porte suelen ser transferibles.

El talón del ferrocarril es la parte del contrato de transporte que conserva la estación, desde la que se expiden las mercancías.

2.- Por carretera.- La Carta de Porte es a la vez, prueba de contrato de transporte y recibo de las mercancías, pero no confiere titularidad de las mercancías del poseedor.

Documentación en el Transporte Aéreo:

La Carta de Porte Aéreo es el documento sobre el que se formaliza el contrato de transporte aéreo de mercancías. La Carta no es negociable ni confiere titularidad de las mercancías.

Otros Documentos en el Transporte:

El aviso de expedición es el documento donde se comunica al destinatario que se ha llevado a cabo el envío de las mercancías.

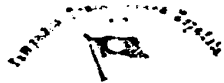
El Certificado de Depósito, es un documento negociable, que confiere titularidad sobre las mercancías almacenadas en el domicilio del consignatario o en depósitos autorizados.

(**) Por esta razón las Cartas de Crédito suelen exigir la presentación del -juego completo- de conocimientos, como expresión de la transmisión de la mercancía. En el reverso de cada conocimiento se indica cuantas copias, en cada caso, componen el -juego completo-. Y la declaración en tal sentido, debe ser firmada por el cargador, más el número de copias no negociables que solicite el cargador. Sólo las negociables constituyen título de propiedad de las mercancías.

(46) Granell Francisco. "La Exportación y los Mercados Internacionales. 3a ed. México D. F. 1983, Editorial Hispano Europea pag. 271.

C U A D R O No. 12

CONOCIMIENTO DE EMBARQUE N.º



CONSULADO GENERAL
VENEZUELA EN BOGOTÁ
CARRETA DEL MERCADO - NEW YORK
VENEZUELA - COLOMBIA

..... ha embarcado a bordo del buque español

se Caplán D. con destino

y a la consignación de

los efectos que a continuación se expresan, con los condiciones que se consignan al dorso.

MARKS	Designación	Número de Bultos	Exist. de empaque	CONTENIDO DECLARADO POR EL CARGADOR	VALOR Por Puntos	Peso Declarado en Kilos.	Cubicos de m. ³	TIPO DE FLETE	TÉRMINOS DE PAGO Y GARANTÍA

NO SE RESPONDE DE ROTURAS
NI DE ARRABES

Si se incurre en gastos de flete, este será por cuenta de la carga, siendo considerado dicho cargo como entregado al destinatario en los gobiernos.

Acepto y fisco me garantiza la carga.
El Consularista,

Recebo y fisco me garantiza para presentar.
El Capitan,

Recibe el Fisco
El Consularista,

Importe de flete P
% capa
Gastos de carga
Impuesto de Transporte . .
Impuesto de Timbre del . .
 conocimiento primordial .
Id. Id. de . . . copias . . .

A COBRAR . . . P
COBRADO . . . P

TIMBRE CONCEPTADO

(D)- Documentación utilizada en el pago de la exportación:

Existen dos tipos de documentos diferentes pero inter-relacionados, empleados en la formalización, cumplimiento y pago de la Exportación. Estos documentos son:

i.- Contrato de compra-venta.

ii.- Crédito Documental o Carta de Crédito Internacional.

El contrato de compra-venta es un acuerdo entre el comprador y el vendedor, mientras que el crédito es un contrato entre el Banco emisor (y si se trata de crédito confirmado, es también Banco avisador) y el vendedor, y entre el Banco emisor y el comprador.

i.- Contrato de compra-venta.

El contrato es un documento de tipo legal, mediante el cual se delimitan obligaciones, se formaliza y se hace cumplir las condiciones de esta operación, es decir, mediante un contrato el comprador y vendedor se aseguran de riesgos y consecuencias derivadas del incumplimiento de ambas partes.

Una vez formulado el contrato, se tendrán establecidos los derechos y las obligaciones de las partes.

Cabe mencionar que en caso de no cumplir el comprador alguna de las cláusulas del contrato, se puede optar por dos formas de trámite:

- Trámite directo.- Visitando personalmente al comprador. Donde es aconsejable que se haga una minuta de lo tratado en esa visita y que sea firmada por las partes que interviniesen en las pláticas; para posteriormente llevar la queja a la Cámara de Comercio del lugar del comprador quien propicia una junta de avenencia y presiona al comprador para que cumpla con sus obligaciones.
- Trámite indirecto.- Cuando la vía directa se ha agotado, se demanda al comprador a través de tribunales civiles y mercantiles, obligando al comprador a cumplir con lo pactado.

ii.- Crédito Documentario:

La figura más típica del pago de las operaciones de exportación es el crédito documentario, donde el comprador extranjero demanda su apertura, y en donde el exportador nacional lo recibe mediante la carta de crédito por el Banco Nacional con quien el Banco Extranjero opera. En dicha carta se establecen las condiciones en que deberá ajustarse el exportador, así como los documentos que deberá entregar para poder cobrar su venta.

Es necesario aclarar que el crédito se refiere solamente a documentos, si estos concuerdan con las condiciones del crédito, el exportador recibirá su pago independientemente de que la mercancía concuerde o no con el contrato de venta.

Se entiende que en estas circunstancias, debe existir confianza mutua entre comprador y vendedor.

En el cuadro No. 13. se observa el funcionamiento del crédito documentario con pago contra documentos. (47)

Al recibir la carta de crédito conviene leerla y releerla cuidadosamente y comparar sus condiciones con las del contrato de venta.

En general, el exportador deberá observar que se cumplan todos los requisitos estipulados tanto en el contrato de compra-venta como en la carta de crédito.

(E). - DOCUMENTACION REQUERIDA EN EL PAIS DE DESTINO DE LAS MERCANCIAS.

Este tipo de documentación se conforma de dos tipos de documentos:

- a.- Documentos requeridos en el país de destino de las mercancías, pero que son emitidos en el país de origen.
- b.- Documentos obtenidos por quien realiza la importación en el propio país de destino.

La mayoría de estos documentos no es exigida por todos los países. Sin embargo, el exportador debe preocuparse por conocer los documentos necesarios en cada caso, así como el precio que le corresponderá exportar.

a) Documentación emitida en el país de origen del producto.

1.- Certificado de Origen.

Documento que se exige con objeto de determinar la procedencia de las mercancías para aplicarles los derechos arancelarios que procedan en los países de destino (por ejemplo en tratados preferenciales de libre comercio, mercado común etc...). Además, con ello se controlan los contingentes arancelarios concedidos a las importaciones procedentes de un determinado país. Estos certificados suelen ser expedidos en México en el Departamento de atención al público de la SECOFI.

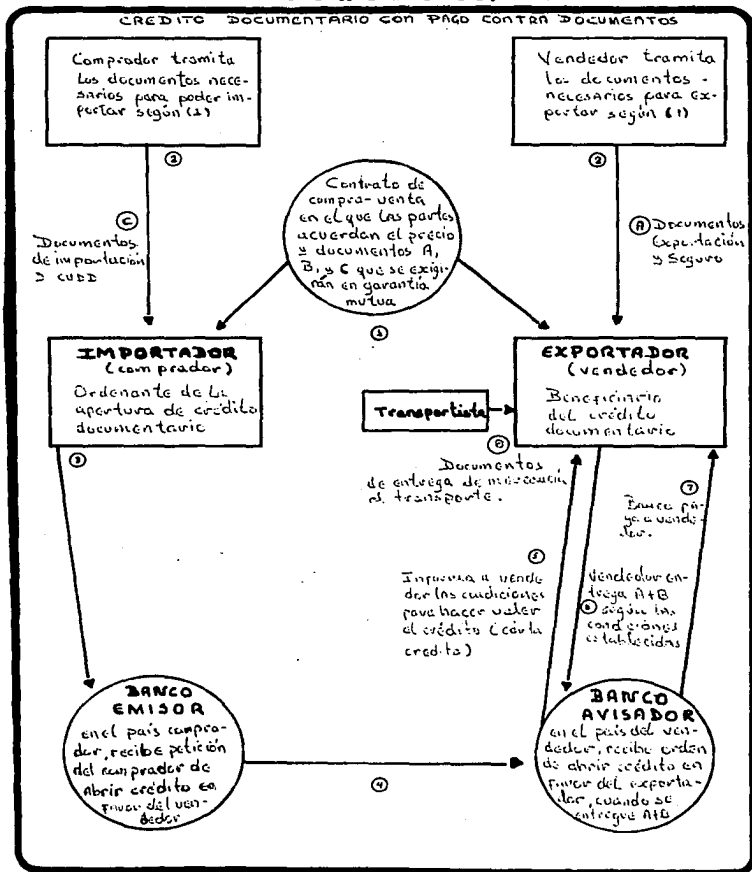
Existen básicamente dos tipos de certificados de origen:

- El que permite beneficiarse de las relaciones del Sistema Generalizado de Preferencias (SGP) y el que permite beneficiarse de las ventajas negociadas ante países de la Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI).

(47) Granell op. cit. pag. 227.

C U A D R O No. 13

CREDITO DOCUMENTARIO CON PAGO CONTRA DOCUMENTOS



FUENTE: Granell op.cit pag. 228.

CUADRO No. 14

<p>1. Goods consigned from (importer's business name, address, country) COMERCIO Y FABRICA AUTOMATIZADA DUQUE : COMPLETA PAIS :</p>		<p>Reference No. GENERALIZED SYSTEM OF PREFERENCES CERTIFICATE OF ORIGIN (Combined declaration and certificate) FORM A Issued in MEXICO (País que solicita el certificado)</p>			
<p>2. Goods consigned to (consignee's name, address, country) COMERCIO Y FABRICA AUTOMATIZADA DUQUE : COMPLETA PAIS : País de destino del la factura</p>		<p>4. For official use Se Solo con fines de que se solicita el Certificado, después de haberse cumplido la inspección - Tienen Opciones "W" y "Y" Para un Duplicado del Certificado para "Entradas" o "Salidas". "DUPLICATE"</p>			
<p>3. Means of transport and route (as far as known) Ruta de Transporte Ruta completa desde origen hasta el destino AYUTLA HONOLULU DE SALINA</p>					
<p>5. Item number</p>	<p>6. Marks and numbers of packages</p>	<p>7. Number and kind of packages, description of goods</p>	<p>8. Origin (other than free zones or enclaves)</p>	<p>9. Gross weight or other quantity</p>	<p>10. Number and date of invoice</p>
<p>1 2 3 4 5</p>	<p>1 2 3 4 5</p>	<p>1 2 3 4 5</p>	<p>1 2 3 4 5</p>	<p>1 2 3 4 5</p>	<p>1 2 3 4 5</p>
<p>CONTINUA EN PÁGINA SIGUIENTE</p>	<p>CONTINUA EN PÁGINA SIGUIENTE</p>	<p>CONTINUA EN PÁGINA SIGUIENTE</p>	<p>CONTINUA EN PÁGINA SIGUIENTE</p>	<p>CONTINUA EN PÁGINA SIGUIENTE</p>	<p>CONTINUA EN PÁGINA SIGUIENTE</p>
<p>11. Certification It is hereby certified, on the basis of control carried out, that the declaration by the exporter is correct. FINANZA Y SOLERA DE LA AUTORIDAD DEL PAIS DE DESTINO.</p>		<p>12. Declaration by the exporter The undersigned hereby declares that the above details and statements are correct that all the goods were produced in MEXICO and that they comply with the origin requirements specified for these goods in the generalized system of preferences for goods exported to PAIS DE DESTINO SIMIL. lugar y fecha en que se solicita el certificado Y LUGAR DE LA EMPRESA AUTOMATIZADA POR LA COMPANIA COMERCIALIZADORA</p>			

:Certificado de Origen (ALADI).

Certificado utilizado al amparo de los diferentes acuerdos comerciales originados por la Asociación Latinoamericana de Integración. Se utilizan cuando se envían productos al amparo de estos privilegios arancelarios al territorio del país contratante que haya establecido la desgravación impositiva, por lo tanto, la forma de comprobar que ha cumplido con este requisito es mediante el Certificado de Origen del ALADI; que puede tramitarse también en la SECOFI. Ahí mismo se propiciará el cuestionario para gestionar certificados de origen a este tipo.

2. - Certificado Sanitario.

Se utilizan para la exportación de ganado y sus productos, la dependencia encargada de su trámite y expedición, es la Secretaría de Agricultura y Recursos Hidráulicos por conducto de la Dirección General de Sanidad Animal.

Los certificados establecen que los productos a exportar están libres de enfermedades o plagas que pueden contaminarlos o hacerlos peligrosos para el consumo humano. El formato se puede observar en los documentos requeridos en el país de origen de las mercancías

3. - Certificado de Calidad.

El objeto de este documento es determinar por medio de una entidad especializada, pública, o privada, que la mercancía sujeta al análisis ha cumplido con los requisitos señalados con norma de calidad nacional e internacional, este certificado dependerá de la negociación entre el exportador y el comprador.

En México, la SECOFI por medio de su Dirección General de Normas y con apoyo en el Instituto Mexicano de Investigaciones Tecnológicas, es la encargada de expedir certificados de calidad. Adicionalmente existen otras instituciones según sea el tipo de producto, que expiden este certificado, por ejemplo: el departamento de la Industria Militar de la Secretaría de Defensa Militar, Laboratorios Nacionales etc. . .

4. - Documentos Consulares.

El exportador, a veces debe solicitar el visado o legalización de ciertos documentos ante el Consol o Cámara de Comercio del país de destino en su país (facturas comerciales, conocimientos de embarque o certificados de origen). Los derechos de legalización son a veces bastante elevados, constituyendo un obstáculo indirecto al comercio. Los países Latinoamericanos son en conjunto, los más estrictos en relación a las formalidades de esta índole.

5. - Documentos enviados por el exportador, que el comprador debe mostrar para retirar las mercancías ante el consignatario. El comprador recibe estos documentos por parte del banco emisor del crédito documentario.

b) Documentación obtenida en el País de destino de las mercancías.

I.- Licencia de Importación.

Es la autorización oficial que permite la entrada de las mercancías al territorio aduanero nacional. Estas licencias se piden cuando el régimen aduanero es restrictivo a la importación.

En el caso mexicano, sólo el 4% del total de nuestras importaciones, están determinadas por permiso de importación.

2.- Certificado de depósito

previo a la importación. Su presentación se exige en los casos en que la existencia de depósitos previos obligue a haberlo realizado antes de despachar la mercancía a la importación.

3.- Certificado Fitopatológico o Sanitario.

Importación de producto previo pase de un examen sanitario. El laboratorio de la Aduana o el organismo autorizado expiden, en caso de encontrarse el cargamento en estado satisfactorio de acuerdo a la ley aduanera y sanitaria de ese país, un certificado que se ajusta a la licencia de importación para el despacho de las mercancías.

4.-Declaración de Aduanas.

Documento presentado por el importador o su agente aduanal, para el despacho de las mercancías en el momento de la importación.

5.-Nota de aviso.

La envía el consignatario al importador en el momento en que el transportista le entrega las mercancías.

6.- Documentos Bancarios.

Solicitud de apertura de crédito documentario, de la cual ya se ha hablado su operación en los documentos para el pago de la exportación. En el caso mexicano, se presentan también con el Compromiso de Uso O Devolución de Divisas (CUDD), mediante el cual el portador recibe dólares a tipo de cambio controlado por medio de un Banco nacional.

Por ejemplo: supongase que se requiere importar mercancía con un valor de 20,000 dólares norteamericanos; el importador va al Banco con que opera, solicitando un CUDD.

1. Se anticipa al importador el 20% del total de dólares a tipo de cambio controlado.

2. El importador deposita en garantía el 30% pero en pesos mexicanos, reituando un interés por el mismo.

3.- Cuando el comprador nacional recibe su mercancía en la aduana mexicana, regresa al Banco y entrega: Factura, Pedimento de importación y CUDD, devolviendo el Banco al importador, el 80% restante de la importación total a tipo de cambio controlado, más aparte su depósito de 30% en moneda nacional con sus intereses por el tiempo de depósito de dicho capital.

(F) Otros documentos utilizados en el comercio internacional.

Con el fin de facilitar el tránsito de mercancías a través de las aduanas, una serie de países han firmado convenciones permitiendo la cooperación y desarrollo para éstos. Hasta ahora sólo los países europeos (Comunidad Económica Europea) utilizan estos documentos que facilitan el tráfico comercial.

Dentro de los documentos utilizados encontramos:

- El Carnet de Admisión Temporal (A. T. A.), que permiten importación y exportación temporal.
- El Carnet de Garantía Aduanera (T. I. R.), documento que debe acompañar a las mercancías transportadas en camiones herméticos para que puedan transitar entre el país de origen y el de destino sin ser sometidas a revisiones aduaneras de los países en tránsito intermedio.
- El Carnet (T. I. F.), que cumple la misma misión que el Carnet T. I. R. sólo que en transportación por ferrocarril entre países europeos.

II. 3. 2. FLUJO DE UN NEGOCIO DE EXPORTACIÓN.

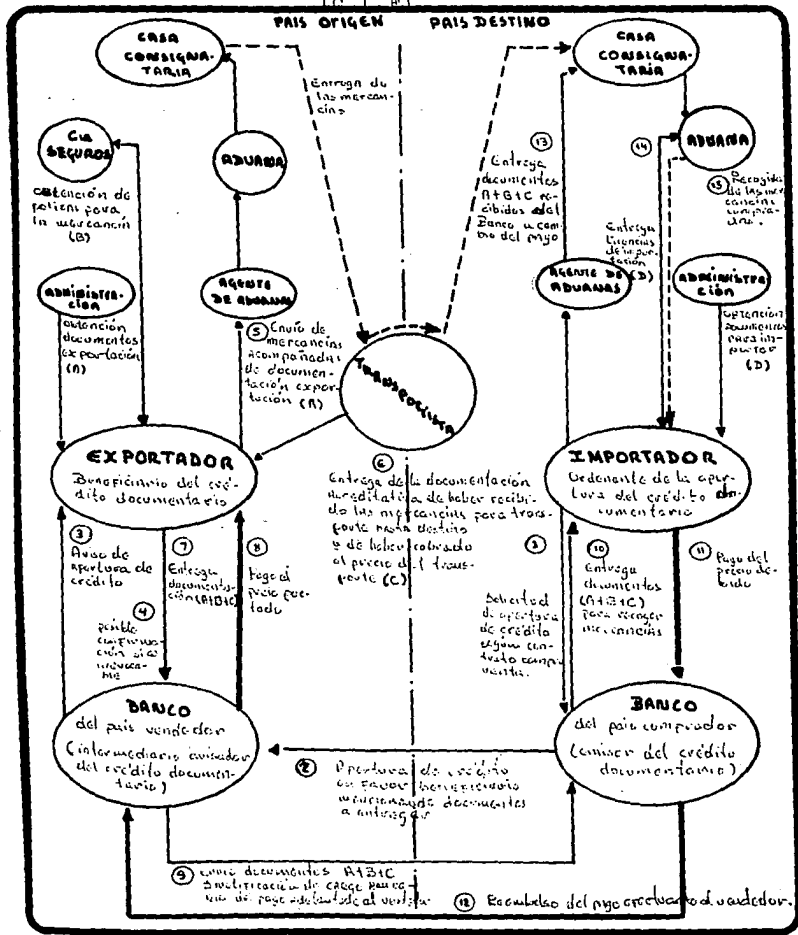
Tomando como base el subcapítulo anterior sobre los documentos utilizados en el Comercio Exterior, es muy simple hacer el seguimiento operativo que normalmente se realiza en una exportación.

Se parte de la presencia preliminar de un contrato de compra-venta internacional, donde el exportador nacional y el comprador han estado de acuerdo en el pago mediante crédito documentario-conformado, el producto, precio, transporte, documentos requeridos para ambos, etc...

- 1.- Obtenidas licencias y permisos, el comprador ordena la apertura de un crédito documentario en favor del vendedor, y cuando éste recibe la notificación de la apertura (pasos 1, 2 y 3 y eventualmente 4) (Ver cuadro No. 15), entrega las mercancías al transportista para que éste las haga llegar al comprador (paso 5).
- 2.- El transportista se hace cargo de las mercancías entregando al vendedor los documentos de recepción para el transporte (C). A partir de aquí, las mercancías son transportadas. Para pasar por los trámites aduaneros en frontera, suele recurrirse a la colaboración de un agente de aduanas. Cuando el transporte internacional lo realiza una empresa distinta que la encargada del interior, es frecuente usar casas consignatarias que dispongan de almacenes para guardar

CUADRO No.15

Compra-Venta Internacional (69)
(C.T.E.)



(69) Granell op.cit. p 73

las mercancías que deban guardarse en forma indirecta (48). En este caso un consignatario recibe las mercancías y las retiene hasta que el comprador disponga de la documentación necesaria para hacerse cargo de ellas.

3. - La documentación la entrega el vendedor al Banco avisador para poder cobrar (7).
4. - El Banco avisador la transmite al emisor (8) y éste al comprador (10).
5. - Para recoger estas mercancías, el comprador debe contratar los servicios de un agente aduanal que lleve a cabo la importación de los productos mexicanos ante el despacho aduanal. Y después el comprador recibe su mercancía.

II. 3. 3. El transporte en el Comercio Exterior y su contratación.

No es necesario señalar la importancia que tiene el transporte para el Comercio Exterior de cualquier país. Basta vislumbrar al respecto en México, que en los últimos diez años, el volumen transportado para nuestro comercio exterior creció a una tasa anual promedio de 4.4%. En 1987 en su estructura por vía de acceso, el 91% del total corresponden al Transporte Marítimo, en tanto que los ferrocarriles representan el 6.0% del total, y el transporte aéreo y autotransporte mueven directamente el 3.0% (49).

México es un país con intensa actividad marítimo-portuaria, la mayor parte de su comercio exterior se mueve por agua. A nivel internacional, el transporte marítimo constituye el medio más económico para la exportación e importación de mercancías. Por tanto, el empresario mexicano deberá conocer las diferentes modalidades del transporte conociendo de éstos no sólo su ubicación, sino también las facilidades en materia de calado, almacenes, muelles, grúas, equipo mecanizado, etc., que ofrece cada uno de ellos, así como también la lejanía o cercanía con los mercados de consumo.

Cabe mencionar, que uno de los elementos de costo más importantes por su incidencia con el precio de exportación de mercancías, es el que se refiere al transporte de los mismos, desde la bodega del exportador hasta el punto de entrega convenido. Escoger la ruta más adecuada y segura junto con negociar el pago y costo de los servicios, requiere cuidado en el cálculo de las operaciones y de conocimiento de las prácticas y costumbres que cada medio de transporte internacional suele observar.

(48) Las operaciones de carga y descarga admiten dos alternativas: directa = la mercancía se transpa de un medio de transporte a otro en un sólo movimiento y se retira de la zona portuaria, indirecta = la mercancía se pasa en un medio de transporte a las instalaciones o almacén del puerto, y con un segundo movimiento pasan de éstos a otro medio de transporte.

(49) Patiño Guerrero Gustavo. "La Infraestructura del Transporte en México". EL Mercado de Valores. Vol XL. #5 Marzo de 1988 pag. 2.

A diferencia de los contratos de compra-venta celebrados entre comprador y vendedor de una misma nacionalidad, el exportador y comprador externo, suelen estar sometidos a legislaciones diferentes. Ambas partes de la compra-venta deben concertar contratos que no ofrezcan duda en relación a quién debe pagar los gastos de transporte, de seguro, etc... Ello es importante para el empresario nacional, pues en base a ello podrá contratar el transporte que más le convenga con un costo adecuado a sus necesidades.

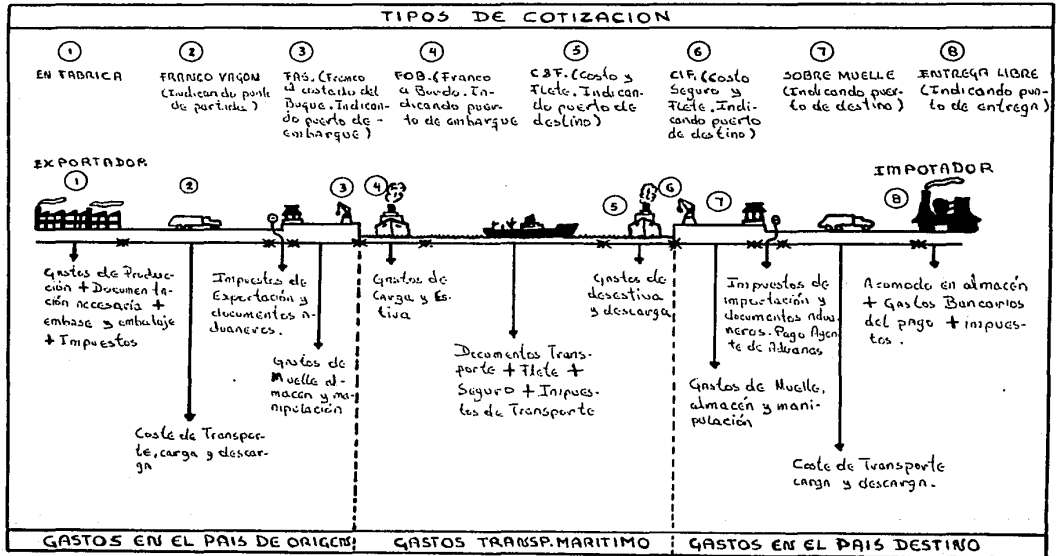
Al llegar a este punto, es importante resaltar el papel que juegan en el Comercio Internacional los famosos INCOTERMS (Internacional Chamber of Commerce Trade Terms) O Términos de la Cámara de Comercio Internacional, para dar solución y delegar responsabilidad tanto al exportador como al importador al comerciar internacionalmente.

Estas expresiones y abreviaturas comerciales aceptadas e interpretadas de igual forma por el mayor número de exportadores e importadores del mundo se presentan a través del próximo gráfico. No. 6.

RESUMEN DE TERMINOS DE COTIZACION

Término	Significado	Compromiso del exportador	Compromiso del comprador
EX-WORKS	En fábrica	Poner la mercancía a disposición del comprador en su establecimiento (fábrica, plantación, almacén, etc.)	El comprador asume todos los riesgos, pérdidas y gastos inherentes de la mercancía desde la bodega del vendedor hasta sus bodegas. -- Este término representa para el comprador la obtención máxima.
FOR-FOT	Franco vagón	Contratar el espacio para el embarque, -- cargar la mercancía en el transporte por su cuenta o entregar la mercancía bajo -- custodia a la empresa de transporte.	El comprador asume todos los riesgos y gastos desde la estación de carga convenida.
FAS	Libre al costado -- del buque	Entregar la mercancía al costado del buque sobre el muelle o en la barcaza que lo lleve al buque de transporte.	El comprador, a partir de este momento asume por su cuenta y riesgo la pérdida o los daños de la mercancía y el costo del trans--

GRAFICO N O.6



Término	Significado	Compromiso del exportador	Compromiso del comprador
FOB	Libre a -- bordo. Se utilizan -- también las siglas en -- español --- L. A. B.	Poner la mercancía a bordo del buque en el puerto de embarque -- convenido.	El comprador asume el riesgo de -- pérdidas o de daños de la mercancía a partir del momento en que la mercancía pasa la -- borda del buque -- que.
C&F	Costo y flete	Asume todos los gastos -- pérdidas y riesgos hasta que los productos -- cruzan la borda del buque que los transporta -- ra.	El comprador -- corre con todos los daños o pérdidas -- o de cualquier -- incremento de los costos a partir -- de que los bienes -- cruzan la borda -- del buque.
CIF	Costo seguro y flete	Los compromisos son iguales que en C&F, pero además cubre un seguro en condiciones -- mínimas o F. P. A.	La responsabilidad -- del comprador -- es la misma que -- en caso anterior, -- excepto por el -- seguro que cubre el vendedor.
EX-SHIP	Sobre el -- buque.	Pone la mercancía a -- disposición del comprador a bordo del buque en el lugar de destino -- convenido.	Existe una -- responsabilidad -- total del comprador en el momento en que la mercancía está libre a su disposición en o dentro del plazo -- convenido y ha sido notificado -- adecuadamente de -- ello.
EX-QUAY	Sobre el -- muelle.	Asume todos los compromisos anteriores -- y además se compromete a poner la mercancía en el muelle del lugar de destino -- pactado. En este término debe especificarse si se incluye o no el pa	El comprador asume todas las obligaciones y riesgos desde el muelle de destino -- pactado hasta su bodega.

ESTA TESIS NO DEBE
SALIR DE LA BIBLIOTECA

Término	Significado	Compromiso del exportador	Compromiso del comprador
		go de impuestos y derechos de importación	
DELIVERED AT FRONTIER	Entregado en frontera.	Asume todas las obligaciones, gastos y riesgos hasta que la mercancía llegue a la frontera convenida, pero sin que cruce la línea divisoria e ingrese en la aduana del país del comprador.	El comprador asume todos los riesgos, pérdidas y gastos desde el momento en que la mercancía se pone a su disposición debidamente despachada de la aduana de salida, dentro del plazo o en la fecha convenida.
DELIVERED DUTY PAID	Entregado libre de derechos.	El vendedor asume las obligaciones máximas, pues corre con todos los gastos, pérdidas y riesgos desde su bodega o fábrica hasta la bodega o fábrica del comprador.	En este término el comprador NO asume ningún compromiso y recibe libre de todo riesgo y gasto la mercancía. Sin embargo, puede convenirse que algunos gastos sean cubiertos por el comprador, lo cual debe especificarse claramente.
FOB AIRPORT	Libre a bordo aeropuerto	Asume todos los riesgos, pérdidas y gastos hasta el momento en que la mercancía es entregada al transporte aéreo pactado en el aeropuerto convenido cubriendo todos los impuestos, derechos y tasas exigibles.	A partir del aeropuerto de salida convenido, el comprador asume todos los riesgos, pérdidas y gastos hasta su bodega.
FREE CARRIER	Libre transportista.	Cubre todos los compromisos de libre a bordo (FOB/LAB) y esta diseñado para el transporte multimodal, de conductores del "roll-androll-off", por remolques y transportadores. El exporta	El comprador asume el riesgo de pérdida o daños de la mercancía a partir del momento en que el vendedor entrega la mercancía al transportista. Es

Término	Significado	Compromiso del exportador	Compromiso del comprador
		<p>El exportador cumple cuando entrega la mercancía bajo custodia del transportista en el puerto convenido.</p>	<p>El comprador puede complementarse con la entrega de un conocimiento de embarque por parte del vendedor, o una guía aérea o un recibo del transportista.</p>

FREIGHT CARRIER	Flete/porte pagado hasta.	El exportador cubre los costos del transporte desde su bodega hasta el puerto de destino convenido pero deja de tener responsabilidad sobre la mercancía cuando ésta haya sido puesta bajo custodia del primer transportista y no cuando haya pasado la borda del buque.	El comprador quiere todos los riesgos de pérdida o daños de incremento en los costos, tan pronto como las mercancías hayan sido puestas bajo custodia del primer transportista.
------------------------	---------------------------	--	---

FREIGHT CARRIER AND INSURANCE PAID TO	Flete/porte y seguro pagado hasta.	Es igual que el anterior, pero adicionalmente el exportador se obliga a pagar la prima de seguro de transporte contra riesgos o daños desde su bodega hasta el puerto de entrega con venido.	Existe la misma responsabilidad del comprador que en el punto anterior, excepto que en este caso el seguro de transporte contra los riesgos o daños que pueda sufrir la mercancía son a cargo del vendedor y no del comprador.
--	------------------------------------	--	--

Ahora bien, para proceder a la elección de transporte que se va a utilizar en caso que el empresario mexicano tuviese que contratar el transporte, debe tener presente que la relación de volumen y peso no es la misma en todos los medios disponibles. Estas equivalencias, peso/volumen que en forma más frecuente se emplean son:

A BORDO	2,240 libras ó 40 pies cúbicos (1,016 Kgs. ó 1.13 metros cúbicos)
ruta (tonelada métrica)	2,205 libras ó 80-100 pies cúbicos (1,000 Kgs. ó 2,3-2,8 metros cúbicos)
FF. C. C (ton. métrica)	2,205 libras ó 141 pies cúbicos (1,000 Kgs. ó 4 metros cúbicos)
AIRE (ton. métrica)	2,205 libras ó 247 pies cúbicos (1,000 Kgs. ó 7 metros cúbicos)

En cualquier medio de transporte, la tarifa por el servicio se aplica conforme al peso de la mercancía o el equivalente en el volumen; estableciéndose el costo total del servicio sobre el cálculo que de más de los 2. De esta manera, aquellos embarques voluminosos pero livianos pueden ser más económicos en el costo de su flete, si se utiliza el ferrocarril en lugar del barco o camión. Por tanto, dependerá la decisión de qué medio de transporte se aplicará al embarque, en relación a las consideraciones de peso/volumen, periodicidad del servicio, rapidez del mismo y existencia o no de equipo adecuado para el manejo de los productos.

FLETES MARITIMOS:

El transporte por este medio, se puede efectuar tanto por empresas que pertenecen a líneas de conferencia, (50) como por empresas "Outsiders" que no pertenecen a conferencias, o por barcos totalmente independientes denominados "Tramp Ships".

Cuando se utilizan líneas pertenecientes a conferencias marítimas, se sabe que establecen tarifas comunes para los diversos productos que se transporten, así como también arribadas y salidas, contratos con descuento en el flete, etc.

La cotización que hacen de su servicio incluye además del costo del flete, diversos recargos que se establecen en moneda extranjera (dólar estadounidense) por cada metro cúbico, o tonelada métrica, aunque también se puede hacer por medio de porcentajes que se establecen sobre el costo de los fletes.

Este tipo de servicio, es el que otorga la mayor seguridad en el transporte internacional marítimo.

Dentro de estas conferencias, existen 2 mecanismos para obtener rebajas en fletes:

Rebajas diferidas. - El exportador podrá obtener una reducción del 10% al 20% o más, del flete marítimo pagado, cuando sus embarques realicen invariablemente en buques de una misma empresa de navegación asociada a una conferencia marítima durante un lapso que puede ser de 3 meses a 1 año.

Tarifas duales. - Consisten en que el embarcado firma con una empresa de navegación asociada a una conferencia, un contrato por el cual se obliga a no entregar hasta nuevo aviso a barcos ajenos a la conferencia, por un lapso generalmente de 6 meses a cambio de recibir una reducción inmediata de la cotización de sus fletes o en el costo total de los mismos.

(50) Son, aquellas asociaciones marítimas entre diversas líneas mexicanas, holandesas, brasileñas, etc., que prestan servicios en puertos específicos localizados en un litoral de un país o países que cubran itinerario previamente establecido y conocido. Establece una tarifa uniforme y común para el cobro de sus fletes para no buscar competencias desleal entre sí. Son de carácter privado y autónomo, se adecúan a las disposiciones portuarias y marítimas de cada país.

FLETES TERRESTRES:

En Este tipo de fletes se contemplan 2 formas: el ferrocarril y el camión.

La tarifa de transporte terrestre, establece varias categorías de los productos que se pueden transportar de acuerdo a su naturaleza o condición, por lo que es básico clasificar adecuadamente el producto que se vaya a exportar, así como la categoría a que pertenece. Para conocer el costo del flete, éste se aplica según el peso o el volumen de los bienes de que se trata.

El transportista siempre cobrará el máximo de toneladas o de metros cúbicos que transporte su unidad, no obstante que las mercancías no cubran cualquiera de los puntos máximos, por lo que el empresario deberá tomar en cuenta, un envío mínimo en su oferta o cotización de exportación.

También existen servicios de transporte terrestres en los que se utilizan transportes de trailers en que las empresas transportistas nacionales, han celebrado convenios o acuerdos con diversas empresas transportistas centroamericanas o de Estados Unidos y Canadá, con el propósito de que la mercancía una vez cargada en la caja de los trailers no sea descargada y transbordada a otra unidad de carga en las aduanas fronterizas entre países, sino lo único que se realice sea el cambio del tractor o unidad de locomoción y del personal que maneje la unidad respectiva. Estas empresas otorgarán un conocimiento de embarque "corrido" desde la bodega del embarcador hasta el punto de entrega convenido y el flete será por la totalidad del servicio.

FLETES AEREOS:

Las compañías de aviación en la mayoría de los países del mundo, pertenecen a la Asociación de Transporte Aéreo Internacional (IATA). Permitiendo que se apliquen tarifas uniformes de flete en el transporte de mercancías de un aeropuerto a otro. Las tarifas están expresadas en dólares norteamericanos y pueden ser adquiridas por el empresario mexicano para su consulta, acudiendo a la ventanilla única de SECOFI, planta baja.

Es importante también en este medio de transporte, clasificar adecuadamente el producto dentro de la tarifa del flete para después determinar su costo.

Aunque las tarifas de transporte aéreo son más altas que las de otros medios de carga, su ventaja es que el tiempo de trayecto es reducido, teniendo repercusiones favorables en aspectos como inventarios, prima de seguros, costos de capital y financiamiento y del embalaje utilizado.

FLETES MIXTOS:

Bajo este aspecto se contempla la utilización de 2 o más medios de transporte, generalmente utilizando unidades de carga o containers cuyas dimensiones son a nivel internacional = 20, 30 o 40 pies de largo, por 8 pies de ancho y 8 pies de alto.

Estas unidades de carga junto con plataformas de ferrocarril, montacargas, grúas y otros mecanismos de manejo en terminales y puertos containers, permiten que puedan transportarse por todos y cada uno de ellos en forma rápida y segura, reduciendo el manejo de carga fraccionada o aquellos productos que por su naturaleza lo requiere como es por ejemplo: tanques para líquido, unidades refrigeradas para productos perecederos, ltrvas para minerales, granos etc. . .

La cotización de Este tipo de flete, se hará por la unidad total de carga, estableciéndose si las maniobras iniciales de carga y acomodo de mercancías dentro de ella, se podrán hacer en planta o bodega del exportador o en la estación o terminal de servicios, para entregar el embarque en la bodega del comprador o en la estación o punto convenido en el contrato de compra-venta.

Este mecanismo "multimodal" es el que se encuentra más extendido en la actualidad y que por las ventajas en embalajes especiales de exportación, disminución de riesgos y de costos de operación, es sumamente competitivo y recomendable.

II. 3. 4. Aduanas por las que se pueda exportar y su proceso de clasificación arancelaria (Sistema Armonizado).

Al hablar de Aduanas implica hablar de aranceles y derechos a cuyo pago están sujetos los artículos extranjeros cuando entran en el territorio aduanero nacional, o cuando en su caso lo requiere una exportación mexicana.

Estos derechos pueden tener una finalidad principal de origen fiscal o de origen protector de la industria nacional. Se dice que la finalidad es fiscal cuando los derechos han sido fijados por el gobierno como una fuente de ingresos presupuestarios. Se habla de finalidad protectora cuando se protegen determinados sectores de la economía nacional contra la competencia de productos mundiales producidos a precios inferiores a los internos.

El gravamen como se había mencionado en el capítulo I de esta investigación, se aplica en términos de porcentaje (ad-valorem); en términos por unidad de peso, longitud, etc. (derechos específicos) o en términos complementarios según sea el tipo de producto.

La clasificación de mercancías a fines aduaneros, es la base que permite individualizar exactamente el tipo de derecho aplicable a cada mercancía en función del grupo en que se sitúa. Hasta el primer semestre de 1988, se procuraba la igualdad internacional de las clasificaciones a través de 2 nomenclaturas internacionales de productos:

- 1.- La Nomenclatura Arancelaria de Bruselas (NAB), que se ha concebido especialmente para fines arancelarios. En general, los productos se agrupan según la materia de que están hechos partiendo de las materias primas hasta llegar a los productos acabados. Por ejemplo, en el caso mexicano, la fracción o tarifa arancelaria, se clasifica de la siguiente manera:

Importación	Sección	Capítulo	Sub-Capítulo	Partida	Sub-Partida
	XII	84	45	A	001
Exportación	XII	84	14	a	01

La mayoría de los países latinoamericanos del ALADI, lo utilizan.

2.- La Nomenclatura creada por Naciones Unidas. "Clasificación Uniforme para el Comercio Internacional" (CUCI). La cual se ha concebido para hacer una clasificación de los productos que sirva de base para el estudio sistemático de las estadísticas del comercio mundial. Parte del principio de la fase de fabricación u origen industrial, por ello es más adecuada para las investigaciones y los análisis económicos que la NAB.

A partir del 10. de Julio de 1988, México empieza a operar en una nueva clasificación internacional de mercancías que registró el 80% de su intercambio mundial de productos. Este sistema es conocido como: "Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías", el cual viene a sustituir la nomenclatura NAB.

Este sistema tiene como fin, el de propiciar a los diversos países que intervienen en el convenio internacional, un sistema de clasificación de mercancías de uso universal, que simplifique y haga homogénea la clasificación e información estadística relacionada con el comercio mundial; permitiendo facilitar una pronta y clara ejecución de los trámites aduanales, el uso de sistemas computerizados, así como la uniformidad de la información internacional.

Existen al día 10 de febrero de 1989, 42 países y una unión aduanera, que son partes contratantes del convenio sobre Sistema Armonizado. Entre los países participantes destacan: Alemania, Francia, España, Gran Bretaña, Japón, Canadá, Corea del Sur, La India y los países escandinavos. Actualmente Estados Unidos y México participan activamente en el Sistema Armonizado.

En el caso de las importaciones, el número de fracciones vigentes paso de 8,407 de la nomenclatura de la NAB a 11,950 en la nomenclatura del Sistema Armonizado. Las fracciones sujetas al requisito de permiso previo ascienden con el nuevo sistema a 340 (5.2% del total) frente a 203 fracciones controladas (3.4% del total) que se tienen en el NAB.

En lo que corresponde a la tarifa de las exportaciones, en la clasificación del sistema armonizado se incluyen 321 fracciones sujetas al requisito previo de permiso de exportación, de un total de 5,049 fracciones (6.4% del total).

Debe destacarse, que la tarifa del Sistema Armonizado preserva los cinco niveles arancelarios de 0, 5, 10, 15 y 20% establecidos desde finales de 1987, al mismo tiempo que mantiene la congruencia de la estructura arancelaria.

Los niveles arancelarios se estructuran como sigue: (*)

- 20% Productos terminados no necesarios para el consumidor final
- 15% Productos semi-terminados necesarios pero no indispensables productivamente.
- 10% Productos indispensables como bienes de capital y materias primas.
- 5% Productos de consideración social y bienes de capital que no se producen en el país y que son indispensables para el desarrollo de nuestra Planta Productiva.

Ahora bien, al hablar de las aduanas por las que se pueden exportar e importar mercancías, es necesario hacer una aclaración en cuanto a su funcionamiento.

El exportador debe tener en cuenta, que el agente aduanal es su representante, y por lo tanto, estará obligado solidariamente a responder ante el fisco federal de cualquier obligación y crédito que se establezca con motivo del despacho aduanero de sus mercancías. Legalmente el exportador es el mandante y el agente aduanal el mandatario, siendo el contrato que se celebra el mandato. Por lo tanto: el agente aduanal deberá orientar y asesorar a su mandante para realizar el trámite de despacho ante la aduana respectiva, en forma oportuna y correcta.

Por otro lado, el Visto Aduanal es un funcionario especializado de la Dirección General de Aduanas, que presta sus servicios en ella y en todas y cada una de las aduanas del país. El Visto Aduanal es un experto en el manejo de las tarifas de los impuestos generales de importación y exportación, en las disposiciones que contiene la ley aduanera y su reglament, así como en una serie de disposiciones conexas que tiene que aplicar, como es la relativa a los permisos de importación y exportación, a la visa textil, certificados de origen, etc..

Por lo tanto: el Visto Aduanal es el Único autorizado por la ley para determinar la clasificación arancelaria de exportación e importación de las mercancías que se trate, y en consecuencia de determinar el monto de los impuestos y derechos a cubrir.

A continuación se muestra para el interés del empresario nacional, algunas de las principales aduanas diversificadas en nuestro país.

ADUANAS AUTORIZADAS EN EL PAIS:

- Matamoros, Tamps. - Puentes internacionales denominados "Puente Viejo" y "Puente Nuevo"; Aeropuerto Internacional de la población y patios fiscales del ferrocarril.
- Ciudad Reynosa, Tamps. - Puente internacional "Benito Juárez" y Aeropuerto Internacional de la población.
- Sección aduanera Nuevo Progreso, Tamps. - EL Puente internacional que comunica a esta población con E. U. A.
- Piedras Negras, Coah. - Puente internacional "Fuera de México" y Aeropuerto Internacional de la población.

(*) Al 01 de enero de 1989.

- Tijuana, B. C. - "Puerta de México" que comunica a la población con la ciudad de San Isidro, California E. U. A. y Aeropuerto internacional de la Ciudad.
- Ensenada, B. C. - Muelle fiscal.
- La Paz, B. C. - Muelle fiscal y Aeropuerto Intenacional de la población.
- Mazatlán, Sin. - Muelles fiscales números 1, 2, 3, 4 y 5 y Aeropuerto internacional de la población.
- Acapulco, Gro. - Muelle fiscal del puerto, muelle fiscalizado del Club de Yates y Aeropuerto internacional "Plan de los Amates"
- Tampico, Tamps. - Muelle para metales y minerales, muelles de altura números 1 y 2 y muelle número 3 y Aeropuerto internacional de la población.
- Tuxpan, Ver. - Muelle fiscal situado a 16 Kms del puerto y muelle fiscalizado "Tecomar".
- Aeropuerto internacional de la Ciudad de México, D. F. - La plataforma intenacional.

II. 3. 5. Cobranzas por exportación.

Aunque ya se ha analizado un poco sobre este tema, resulta el crédito documentario como forma más viable del cobro de exportaciones. Es bueno que el empresario exportador, también conozca las otras alternativas a seguir a este respecto, pues en última instancia, la forma de cobro del exportador nacional dependerá de las necesidades del mismo y de las condiciones que junto con el comprador se acuerde.

Ahora bien, la forma de establecer las condiciones de pago en una oferta o en un contrato de compra-venta, debe cuidar no solamente las necesidades de seguridad en el pago de los productos contratados, sino que también aquellos mecanismos que impliquen el menor costo de manejo, obtención en su caso de financiamientos, disposiciones del control de cambios, etc...

Dentro de los mecanismos para cobrar las exportaciones se tienen los siguientes:

- aa) Pago por adelantado. - puede abarcar la totalidad o parte del contrato, ya que se puede convenir en distintas opciones a seguir como por ejemplo: cubrir el 60% por adelantado y el 40% restante a 30 y 60 días. Este mecanismo, permite al exportador, resolver parcialmente sus necesidades de financiamiento para la compra de insumos y desarrollo de su proceso productivo.
- bb) Pago contra embarque (Carta de Crédito irrevocable a la vista). - Bajo este mecanismo, el pago se realizará al momento de presentar los documentos de embarque que cumplan con todas y cada una de las condiciones establecidas en la Carta de Crédito. El mayor grado de seguridad del pago, se tendrá si además de irrevocable, la carta de crédito es confirmada por el banco que se la notificó.
- cc) Pago contra la presentación de los documentos de embarque. - Bajo esta forma de pago, la factura será pagada contra la

presentación de los documentos que corresponden al embarque utilizando a 2 instituciones de crédito, una en el país del exportador corresponsal y la otra, localizada en el país del comprador.

Los riesgos que se corren son los de presentar la documentación en forma inapropiada O fuera del plazo convenido por ambas partes, la propiedad de los productos permanecerá en el exportador hasta el momento en que sea pagado el embarque O sean aceptados los documentos para su pago, en un plazo determinado previamente para el vendedor y el comprador.

- dd) Pago contra entrega de la factura. - O también efectivo contra entrega de los productos; en este mecanismo de cobro el precio será cubierto por el comprador en el momento en que él reciba la mercancía.
- ee) Pago posterior al embarque. - El pago se documenta por medio de una carta de crédito a la vista, pero con una letra de cambio con vencimiento a un determinado tiempo. La carta de crédito deberá ser confirmada por el banco del exportador.
- ff) Pago contra la aceptación de los documentos de embarque. - Utiliza también una carta de crédito y letra de cambio, sólo que la letra de cambio será a un determinado tiempo y a la vista. La propiedad de las mercancías se transfiere del vendedor al comprador en el momento que la letra de cambio acompañada de los documentos de embarque es aceptada por el comprador. El exportador puede obtener una seguridad en el pago, solicitando que la letra de cambio sea garantizada O avalada por el banco del país del comprador que se utilizó para el envío de los documentos.
- gg) Pago después del embarque a la presentación de la factura. - El comprador cubrirá el pago 30 días después de realizar el embarque con los productos y la factura correspondiente. Si el comprador paga antes de dicho plazo, el vendedor deberá darle descuentos O bonificaciones por el pronto pago.

II. 3. d. Creación de demanda en mercados externos. Publicidad y promoción.

Una de las maneras en las que el exportador puede empezar a intentar conseguir demanda en un mercado exterior, es el desplazamiento a dicho mercado, en forma individual O formando parte de grupos organizadores de hombres de negocios.

Es decir, en un caso se hace individualmente, mientras que en el otro a través de la participación en misiones comerciales, ferias O exposiciones en el país que se va a asistir.

* Las Misiones Comerciales pueden ser de varios tipos:

- Horizontales: Cuando forman parte de ellas hombres de negocios pertenecientes a un solo sector O sectores conexos.
- Verticales: Cuando en su composición intervienen hombres de negocios representando a empresas de campos de actividad diferente.
- Directas: Cuando las personas que integran la misión tienen como finalidad específica, la venta de sus productos en los mercados exteriores que se

- visitan, y hacen contacto con sus clientes.
- Indirectas: En este tipo de misiones comerciales la finalidad suele ser, la de estrechar lazos de buena amistad y de colaboración, mas que la venta específica de productos. (51).

Sean de uno u otro tipo las misiones comerciales, la presentación de muestras a los compradores potenciales, los contactos personales, la publicidad etc., ofrecen grandes perspectivas comerciales a futuro a las empresas exportadoras.

La Publicidad y la Promoción en el extranjero es necesaria como función informativa, no solamente de las cualidades y ventajas del producto, sino de las condiciones de seguridad y solvencia de la empresa productora y exportadora.

La Publicidad que desempeña las funciones de informar, persuadir y recordar, debe estar planeada de tal forma que se compren tiempos y espacios para transmitir al público consumidor los mensajes que amparan nuestro producto.

La Promoción en el extranjero se realiza a través de ferias, exposiciones generales y especializadas, misiones o brigadas comerciales etc. . .

Lo importante es que el empresario establezca desde un principio un presupuesto para estas actividades, apoyado en los estímulos y apoyos que el Gobierno Federal ha establecido.

Una orientación de como elegir a una agencia publicitaria en el mercado de interés del exportador es la siguiente:

- Clientes que atiende y calidad de los mismos.
- Tendencia ascendente y descendente de su volumen de negocios.
- Gama de servicios que presta.
- Número de empleados.
- Calidad de su trabajo de creación.
- Capacidad para planificar la publicidad por diferentes medios.
- Vínculos internacionales que tenga.
- Condiciones en que presta sus servicios.
- Su capacidad para nuevos clientes, etc. . .

Existen medios promocionales que intervienen directamente con los intermediarios o distribuidores de los productos, por ejemplo:

- i) Promociones de influencia al consumidor, reduciendo precios por lapsos de tiempo determinados, distribución de muestras gratuitas, envases que tengan doble utilidad, premios, regalos.
- ii) Actividades promocionales de influencia en la distribución, entregando sin cargo determinada cantidad de producto, aumento en los márgenes de utilidad o comisión, primas o bonos por logro de metas, etc. . .

(51) Manual del Exportador. Calderón Martínez Antonio.

Banca Confía S. N. C.

México 1960, actualizado a 1980. p.133.

II. 4. El sector privado y el fomento a la exportación.

En la actualidad, la empresa exportadora privada, está participando en mayor forma en nuestro comercio exterior, en última instancia, de ella depende realmente el poder llevar a cabo la comercialización exterior de sus productos, pues puede iniciar su campaña de venta en el extranjero en forma directa o apoyándose en la experiencia de quienes estén más familiarizados en el intercambio internacional.

Ahora bien, el propio sector privado se ha abocado a la creación de diversas organizaciones que les permita tener beneficios adicionales e incentivos a poder exportar.

Las organizaciones del sector privado, son el conjunto de asociaciones, cámaras e instituciones, que agrupan y/o representan los intereses de las diferentes firmas que operan en el país, en una región, en una determinada rama económica buscando las mayores ventajas posibles en el desarrollo de la actividad exportadora a través de los estímulos del Gobierno Federal y la puesta en funcionamiento de una serie de servicios que les permita actuar con mayor eficiencia, a todas las empresas que forman parte de la organización.

Ello es importante, pues da otra opción a las empresas relacionadas con la actividad exportadora de obtener información, asesoría y orientación según la rama que se trate, en diferentes organizaciones ligadas a ella. Dentro de los principales tipos de organizaciones privadas que suelen ofrecer servicios y asistencia a los exportadores encontramos:

- | | | |
|--|---|--|
| • Cámaras de Comercio | • | Locales |
| | | Zonales |
| • Asociaciones empresariales | • | Nacionales |
| | | Extranjeras |
| | | Org. comerciales |
| • Grupos e institutos regionales de carácter económico. | • | Org. de exportaciones o importaciones |
| | | Org. mixtas empresariales. |
| • Otros centros promocionales ligados a organizaciones del sector privado: | | Clubs de exportadores o Forums de intercambio de ideas por parte de los exportadores, servicios de estudio, institutos y centros para la información de exportadores, etc. |

Al llegar a este punto, cabe remarcar que, dependerá de la actividad o rama económica de la empresa, el poder dirigirse a una determinada cámara de comercio o asociación para poder participar de los diferentes servicios que éstas prestan a sus respectivos miembros.

CAPITULO III

PROBLEMAS Y OBSTACULOS A QUE SE ENFRENTAN LOS EXPORTADORES.

Los obstáculos y barreras administrativas, operativas y de información a que se enfrenta el exportador nacional, son muy diversos y diferentes en la mayoría de los casos. El cuestionario (encl-14) se preparó para conocer el punto de vista del exportador mexicano, sus resultados y análisis buscan vislumbrar las barreras existentes. (52)

Para analizar los datos estadísticos del cuadro No. 17 resumen de respuestas a dicho cuestionario, se agruparán a diferentes ramas exportadoras en: Empresas Altamente Exportadoras (ALTEX) y Otras Empresas Exportadoras (pequeñas y medianas) (OEE).

De esta investigación es factible extraer algunas barreras y observaciones interesantes:

1. - Las empresas agrupadas en ALTEX con una visión exportadora más amplia, afirmaron que en un 52% la exportación de manufacturas mexicanas, sí es la única solución viable a la crisis económica de nuestro país, mientras que OEE (44%) contestan que no, manifestando su confianza en otro tipo de soluciones y políticas a seguir como puede ser: el incremento de la producción y eficiencia de nuestra planta productiva y las políticas como del Pacto de Solidaridad Económica, etc.

En forma general, las empresas dedicadas a la exportación son optimistas, pues el 56% del total encuestado, contesta que no es la única solución para salir de la crisis actual.

2. - La respuesta a esta pregunta tanto en forma individual ALTEX 76% y OEE 69%, y en forma general 72%, afirman que hasta hace poco México se caracterizó como país exportador de materias primas debido a la preferencia empresarial por mantenerse en un mercado cautivo y poco exigente en cuanto a calidad. Ello conlleva a un problema real en la dinámica de la exportación, es decir, aún en la actualidad existe dentro de algunas empresas una mentalidad exportadora temerosa de salir a mercados externos y competir con productos de otros países, buscando por tanto, un beneficio garantizado en nuestro mercado interno. Ahora, en general, el 28%, casi una tercera parte del total, está de acuerdo en que al Gobierno Federal le faltó implementar políticas de fomento y apoyo a las exportaciones.

La política llevada a cabo por la administración del Presidente De la Madrid: racionalización comercial, apoyos y promoción a las exportaciones y la apertura comercial, trajeron un cambio benéfico a esta mentalidad exportadora.

(52) Investigación Directa. Sandoval Gonzalo Miguel. / Segundo
Rodríguez Roberto/apoyo: Bierge Aguilar Gustavo. Despacho
Profesionales. A. de C. V. Ins. Sur 300- 1002. México 06700
D. F. Cuestionario en base a encuesta a diferentes empresas, en donde los resultados
a ésta, se muestran en el cuadro 17.

C U A D R O N o. 16

QUESTIONARIO PARA CONOCER LAS BARRERAS REALES O PERCIBIDAS A LA ACTIVIDAD EXPORTADORA EN MEXICO

Lea cuidadosamente las preguntas y marque con una "X"
La respuesta que usted considere correcta:

- 1.- ¿Está de acuerdo en que la exportación de productos manufacturados, es la única solución a la crisis del país?
- SI () NO ()
- 2.- Hasta hace poco, México sólo exportaba materias primas. -
Ello obedeció a:
- A. Falta de apoyo gubernamental ()
B. Preferencia empresarial por un mercado interno cautivo y poco exigente en cuanto a calidad ()
- 3.- En su opinión: ¿Cuál será la consecuencia del ingreso de México al GATT ?
- A) Abatimiento de costos de nuestros productos en su componente de - importación. ()
B) Cierre masivo de industrias ()
C) Sus consecuencias sólo se verán en el mediano y largo plazo. ()
- 4.- El incremento reciente en las exportaciones mexicanas de manufacturas, es un reflejo de:
- A) El impulso gubernamental a la actividad. ()
B) La iniciativa exclusiva de las empresas. ()
C) Otros, explique _____ ()

FUENTE : Op.cit. p 147

CUADRO No. 16

5.- En 1985, el sector privado importó más de lo que exportó. -
Lo anterior se debe a:

- A) El alto grado de componentes importados en los productos mexicanos. []
- B) Falta de incentivos y/o facilidades administrativas a las exportaciones mexicanas. []
- C) Otros, explique: _____ []

6.- ¿Conoce ud. los ordenamientos, disposiciones y mecanismos de apoyo gubernamental a los exportadores?

SI [] NO []

Mencione los que conozca:

7.- De los siguientes ¿Cual considera ud. que es el principal obstáculo para que México se convierta en un país exportador de manufacturas?

- A) Falta de apoyo, estímulos y facilidades reales y congruentes de parte del Gobierno al exportador potencial. []
- B) Infraestructura de servicios, insuficiente (ferrovias, auto-transporte, caminos, carreteras, almacenajes). []
- C) Altos costos de nuestros productos, derivados de una planta industrial obsoleta y poco eficiente. []

FUENTE: Op. cit. p. 147.

C U A D R O No. 16

8.- ¿Ha vendido o intentado vender los productos que fabrica su empresa en el exterior ?

SI () NO ()

Si respondió "sí", señale los principales riesgos y/o barreras enfrentadas:

- | | |
|-----------------------|-----|
| A) Transporte | () |
| B) Seguros | () |
| C) Trámites aduanales | () |
| D) Almacenaje | () |
| E) Otros _____ | () |

9.- ¿Que sugerencia concreta podría usted hacer a las autoridades, organismos (públicos y privados) o personas que intervienen en el manejo del Comercio Exterior de México ?

10.- ¿Estaría ud. dispuesto a participar en "talleres" especiales - donde se abordarán, en forma práctica, los problemas y posibles soluciones para un impulso efectivo a la actividad exportadora en nuestro País ?

SI () NO ()

CUADRO No. 17

RESULTADOS OBTENIDOS DE LA ENCUESTA REALIZADA A
VARIAS EMPRESAS VINCULADAS A LA EXPORTACION (1988)
(TERMINOS PORCENTUALES %.)

TIPO EMPRESA	P1		P2		P3			P4			P5			P6			P7			P8					P9.1					P9		P10	
	SI	NO	A	B	A	B	C	A	B	C	A	B	C	SI	NO	A	B	C	SI	NO	A	B	C	D	E		SI	NO					
ALTEX	52	48	24	76	19	10	71	23	57	20	45	29	26	90	10	12	60	28	90	10	38	9	20	6	27	*	76	24					
OEE	36	64	31	69	17	10	73	35	34	35	50	35	15	69	31	16	47	37	82	18	41	4	22	0	33	**	70	30					
Resultados	46	56	28	72	18	10	72	29	46	25	48	32	20	80	20	14	54	32	86	14	40	7	20	3	30	**	73	27					

NOTAS EXPLICATIVAS :

ALTEX → Empresas Altamente Exportadoras. Principalmente de las Ramas: Automotriz, Química, Minerales no metálicos, Bebidas y Tabaco, Industria Metálica Básica, Maquinaria y Equipo etc...

OEE → Otras Empresas Exportadoras. Aquí se toma en cuenta a empresas pequeñas y medianas, cuyas ventas han sido menores a los cinco millones de dólares americanos (anuales).

P - Preguntas, cuadro No. 16

* Infraestructura, Política Cambiaria adecuada para el exportador.

** Estimulos Fiscales, Financieros, Simplificación Administrativa, Asesoría, otros.

Fuente: Investigación Directa. Op. Cit. 147 p.

3.- En cuanto a las consecuencias del ingreso de México al GATT, en forma global el 72% afirmaron que las consecuencias se verán a mediano y largo plazo. Individualmente 71% ALTEX y 73% OEE la afirmación es semejante. Aunque México es un país joven en la participación del GATT y aunque en mucho depende los productos que se acuerdan negociar por medio de aranceles, la realidad es que hasta el momento, el mayor beneficiado ha sido el consumidor interno, pues los productos extranjero con muchas veces mejor calidad a la de productos de nuestro mercado, son más baratos. Además ha permitido también la importación de insumos a menor precio principalmente de tipo intermedio influyendo en el crecimiento de nuestras exportaciones no petroleras.

4.- En lo referente a las exportaciones mexicanas de manufacturas, existen diferencias de opinión en cuanto al empuje e impulso que se le ha dado a esta actividad, pues en ALTEX el 57% dice que es un reflejo de la iniciativa empresarial, mientras que el otro 23% dice que es gracias al impulso gubernamental. En OEE el 35% afirma que es causa de un impulso gubernamental. En general, el 45% de las empresas exportadoras encuestadas, piensa que el incremento en las exportaciones de las manufacturas es causa de un mayor interés por cuenta propia; pero lo que aquí se refleja también y como también se observará en otras respuestas de este cuestionario, es que la mayoría de las empresas sabe que existen diferentes programas y estímulos hacia esta actividad sólo que no los utilizan, y si los utilizan, no lo hacen de una manera adecuada, sin embargo los beneficios de estos incentivos a la exportación parece ser un estímulo poco percibido por estas empresas, lo que les hace pensar que su incremento es sólo por la acción empresarial.

5.- Con respecto a una mayor importación que exportación por parte del sector privado en 1983, el 48% del total de las empresas afirma un alto grado de componentes importados en los productos mexicanos, mientras que el 32% afirma una caída en las exportaciones debido a una falta en los incentivos y facilidades administrativas a esta actividad, lo que hace pensar hasta aquí, que las empresas no conocen del todo los diferentes estímulos creados por el gobierno federal para el desarrollo de las exportaciones, aunque no se puede negar también que en ese año apenas da inicio los beneficios del Profitec, pues aún nuestra economía se encuentra inmersa en la crisis y por tanto se busca a través de este programa incrementar la actividad exportadora de productos no petroleros.

6.- En la pregunta No. 6 se cuestiona un aspecto bien importante para las hipótesis de la presente investigación, que es, si el exportador nacional conoce los reordenamientos, disposiciones y mecanismos de apoyo gubernamental?

El 80% del total encuestado contesta que sí, mientras que una 5a parte asegura no conocerlos. Analizando la respuesta por el tipo de empresa, encontramos que el 90% de ALTEX afirma sí conocer estos mecanismos, por ejemplo:

El Programa de Importación Temporal para la Exportación	PITEX
Derechos de Importación de Mercancías para la Exportación	
(DIMEX), etc.	

Para OEE el 69% afirma conocerlos, mientras que el 31% no sabe mucho acerca de ello, los porcentajes aquí son menores a ALTEX, ello se debe al tamaño y tipo de la empresa

exportadora que se trate, es decir, empresas como la Chrysler tiene su propio departamento de marketing internacional el cual ya está más experimentando con todos los trámites y procesos necesarios para exportar, además que como ya lo hemos mencionado en los otros capítulos, se da una mayor preferencia a este tipo de empresas (53) por parte del Gobierno Federal, se les da mejor trato y atención (consultar medidas adicionales del Profitec); lo que a OEE no se les da.

Lo anterior es sumamente importante, ya que demuestra que se conoce en un 80% en general los ordenamientos, disposiciones y mecanismos que estimulan la exportación en México, pero que por falta de información adecuada, asesoría y promoción específica, no se han utilizado de forma óptima dichos mecanismos, pues como se puede observar, en las otras preguntas se hace mucho énfasis sobre dichos incentivos a esta actividad y se responde por falta de apoyo gubernamental, pero en realidad se observa que sí existen dichas disposiciones, que se está avanzando paulatinamente en ello y que el empresario nacional reclama la necesidad de dicho apoyo para poder incrementar y agilizar las exportaciones mexicanas, pero no sabe cómo obtenerlo.

Para ello, uno de los objetivos principales de esta investigación, es permitir a la pequeña y mediana empresa, vislumbrar los obstáculos a que se enfrenta al exportar y orientarse e informarse sobre los procedimientos y mecanismos que se utilizan en la exportación, así como también diferentes aspectos necesarios de conocer para su apoyo, promoción y estímulo.

7. - Al considerar cuál sería el obstáculo para que México frenara sus exportaciones de manufacturas, el 54% del total afirmó que sería la infraestructura existente, es decir, vías ferroviarias para el transporte de mercancías, carreteras, puertos, etc., dejando a un 14% la falta de apoyo gubernamental.

Ello reafirma nuestra aseveración de nuestra pregunta anterior, pues dan una mayor fuerza al obstáculo de la infraestructura que al apoyo gubernamental, pues saben que si existen prácticamente, además se reafirma su falta de conocimiento de sus procedimientos y mecanismos, pues en las preguntas anteriores afirmaban una falta de ese apoyo.

Ahora, para ALTEX el 28% afirma como un obstáculo los altos costos de producción debido a la obsolescencia e ineficiencia de nuestra planta industrial, mientras que para OEE el índice es más alto, 37%, pues como son empresas pequeñas y medianas, compiten con más desventaja que ALTEX en el exterior.

(53) Se observa cómo se da un mayor apoyo y promoción a empresas Allamente Exportadoras, y ello conduce a radicalizar a ciertas empresas, dejando a un lado a la pequeña y mediana industria potencialmente capaz de competir también en el exterior.

Al llegar a este punto, cabe mencionar, como también se ha hecho referencia en el capítulo I y en los objetivos del Profitec, que el Gobierno mexicano ha realizado nuevos proyectos de inversión en diferentes rubros de infraestructura de servicios, por ejemplo: en la ampliación y creación de infraestructura portuaria en el caso de Altamira y Tampico, Tamps.; en las diferentes vías de carreteras como es el caso del Noroeste del país (Sinaloa, Sonora, Mexicali, etc.), puentes como el de Tampico y el de Coatzacoalcos Ver., etc.

B.- Al hacer referencia sobre los obstáculos o riesgos a que se han enfrentado estas empresas al intentar o vender (54) sus productos en el extranjero (80%), en general; el 40% de las empresas encuestadas ha tenido barreras en el Transporte, el 20% problemas en los trámites aduaneros y el 30% en otros como el financiamiento, la asesoría y promoción.

O sea que no es sólo la falta de apoyo gubernamental, ni la falta de una infraestructura adecuada para la exportación, sino que también existe problemática en los medios de transporte, en las aduanas, en la forma de asegurar la mercancía que se va a transportar, es por ello que en esta investigación, se vislumbran algunos aspectos importantes que debe conocer el exportador nacional, por ejemplo: cómo contratar fletes para el comercio exterior, que se puede incluir dentro de las pólizas internacionales, para ese 18% que no ha intentado llegar o vender directamente sus productos en el extranjero, una estrategia mercadológica, etc.

P.- Dentro de las sugerencias propuestas por las empresas encuestadas vinculadas al comercio exterior mexicano, ALTEX por su parte, solicita se realicen mayores recursos y proyectos de inversión en apoyo de la infraestructura de servicios, así como el realizar una política cambiaria que favorezca la exportación de mercancías; mientras OEE sugiere un mayor apoyo fiscal, simplificación administrativa, financiamiento, asesoría, etc., aspectos que están al alcance de este tipo de empresas y que sólo les falta orientárseles e informárseles al respecto.

Pero estas sugerencias no son tan fáciles de llevar a cabo, ya que:

- La asignación y distribución de los recursos existentes dentro del presupuesto de egresos de la Federación tiene proyectos prioritarios de inversión y no dentro de un año o dos se logrará crear una infraestructura adecuada al comercio exterior de México.

(54) Es bueno hacer una aclaración al respecto, el 14% del total que contestaron no intentan colocar sus productos en el exterior, se refieren a que para exportar no se necesita comercializar sus productos en el exterior, ya que muchas empresas extranjeras como son compañías distribuidoras o importadoras, compran los productos que necesitan dentro del país sin necesidad de llevárselos al exterior.

El realizar una política cambiaria que mantenga el tipo de cambio en niveles altos de subvaluación con el fin de hacer nuestros productos competitivos a través de un precio más bajo, provoca por otro lado, que nuestras importaciones sean más caras, ello convendría si importáramos bienes suntuarios o de consumo duradero, pero el problema es que se importan en su mayoría bienes intermedios necesarios para poder producir mercancías orientadas a la exportación, lo que provocaría también que los pocos bienes de capital que importamos para diversificar nuestra planta productiva sean caros, desalentando con ello la producción interna haciéndonos más dependientes del exterior.

Por tanto; no se trata de que los exportadores tengan un beneficio mayor al que ya tienen y exportar más para tener más divisas, se trata de mantener nuestro tipo de cambio a niveles adecuados que permitan que los demás sectores de nuestra economía se establezcan y tengan a mediano plazo un crecimiento adecuado a las condiciones existentes. El mantener un tipo de cambio adecuado ha permitido durante el primer semestre de 1988, que nuestras exportaciones no petroleras crezcan a tasas positivas satisfactorias (ver capítulo I análisis de las exportaciones actuales de México.)

10. - En la pregunta No. 10, se plantea la posible participación de estas empresas en talleres especializados de Comercio Exterior, donde se aborden los problemas y soluciones al respecto. En ello el 73% del total manifiesta un interés, mientras que el 27% rechaza dicha participación, lo cual demuestra que aún existe una fuerte mentalidad exportadora temerosa del mercado exterior, además que muchas veces estos talleres representan un costo alto principalmente para empresas pequeñas, pero vale la pena buscar soluciones a todos esos obstáculos y barreras a que se enfrenta el exportador.

Como se ha visto, existen problemas muy comunes para todas las empresas exportadoras que influyen directamente en su mecánica operativa, sin embargo, también existen ciertos problemas y obstáculos que no son percibibles en una encuesta como la realizada en esta investigación, es por ello que se analizará en seguida otros tipos de barreras a las que se puede enfrentar el exportador nacional y que necesariamente debe conocer o tomar en cuenta para realizar o participar de manera más óptima en el comercio exterior.

III. 1. ADMINISTRATIVOS Y OPERATIVOS.

III. 1. 1. Procedimientos de gestiones.

Para dar una visión general de este tipo de problemas, se utilizarán dos ejemplos de gestiones de exportación muy ilustrativos. De antemano cabe mencionar, que el esfuerzo del exportador deberá reflejarse en una venta al exterior exitosa, que le represente importantes utilidades y el deseo permanente de continuar ofreciendo sus productos en los mercados internacionales. Ello dependerá de las gestiones

administrativas, operativas, legales, etc.

Por ejemplo:

A.- El caso de empresas que gestionan sus exportaciones a través de un consorcio de exportación. Unen recursos, experiencias y conocimientos en materia de comercio exterior con el propósito de obtener las ventajas que en los aspectos económicos, comercial y financiero proporciona la comercialización conjunta de productos.

Dicha agrupación de empresas les permitió hacer gestiones para:

- Introducirse a nuevos mercados.
 - Tener acceso a nuevos compradores
 - Consolidar la oferta exportable
 - Tener una estructura de planificación a largo plazo
 - Mayor capacidad de negociación
 - Reducción en costos de transporte
 - Manejo aduanal y primas de seguros.
- y uno de los puntos más importantes, que es la adquisición de conocimientos técnicos/prácticos de comercialización internacional, ya que tienen a su disposición un grupo de especialistas que laboran de tiempo completo para todas y cada una de las empresas.

Por tanto, el realizar gestiones de comercio exterior a través de una agrupación de empresas, ha demostrado ser una de las formas más adecuadas para que las empresas sin experiencia exportadora se introduzcan en los mercados internacionales y logren romper esas barreras que afectan las exportaciones.

B.- El caso de la Empresa mexicana que por la calidad de sus productos y mediante una política de comercialización compartida con sus clientes en aspectos de promoción y publicidad, llegó a ser líder en un mercado exterior. La empresa se confía y no pone atención a los acontecimientos de carácter comercial que se puedan desarrollar en la zona.

Al presentarse la renegociación de las concesiones otorgadas a nuestra empresa exportadora se le notifica modificar su arancel debido a la competencia de las otras empresas de otros países, tomando por sorpresa la empresa mexicana, la cual no puede compensar la competencia de precios por lo que deja su lugar a otros productores de otros países.

Es decir, la empresa mexicana pierde su mercado por descuidar la información especializada comercial de lo que estaba pasando con la productividad y precios de otras empresas. A nuestra empresa no le interesó analizar las características de los programas de desarrollo industrial ni mucho menos de informarse que país podría competir con la empresa.

Por consiguiente: es importante hacer resaltar la necesidad de que el exportador mexicano no sólo realice el esfuerzo inicial de obtener una posición destacada en un mercado extranjero, sino que debe estar pendiente de todas sus gestiones comerciales y estar bien informada en lo referente a la comercialización de sus productos de aquéllas disposiciones que puedan afectar su permanencia o su capacidad de exportación.

III. 1. 2. Trámites.

Las barreras a que se enfrenta el exportador al realizar los trámites correspondientes para exportar sus mercancías, son muy diversas y distintas, dependiendo del tipo de producto que se va a exportar y de las dependencias relacionadas para su realización. Sin embargo, algunos de los obstáculos más usuales a que se enfrenta el exportador en relación a los trámites son:

1.- Información y asesoría inadecuada en las diferentes entidades federales, es decir, en muchas ocasiones en que se solicita a funcionarios encargados de entidades federales relacionadas con el comercio exterior en México, información sobre qué hacer, cómo llenar solicitudes, en qué otro lugar se debe tramitar ciertos documentos, etc., no saben informar o no tienen ganas de asesorar sobre los trámites y lugares correspondientes a seguir; creando una traba burocrática, que desgraciadamente existe en todas las dependencias de gobierno aunque no en todos sus miembros operativos.

Aquí cabe señalar, que el Sistema de Ventanilla Única, aún no ha cumplido su cometido, pues a pesar de que es uno de los pocos lugares donde realmente dan una información y asesoría con atención y a veces con agrado, falta en ella que se cumplan en niveles más altos los objetivos para la que fue creada, por ejemplo: si una empresa le fuera necesario saber cuál es la fracción arancelaria a la que pertenecen sus productos que va a exportar, en la Ventanilla Única, ubicada en la PB de SECOFI, la persona encargada de hacerlo pregunta: ¿cuántos son los productos?, si es uno o dos productos a clasificar lo realiza sin ningún obstáculo, pero sin son cuatro o más, simplemente dice que lleva más tiempo el localizarlos. Se debe entender en ello que dicha persona es una especialista en la materia, por lo que no debería llevarle tanto tiempo como el que menciona. De aquí surge otra problemática muy importante y real dentro de lo que podríamos llamar traba burocrática.

2.- Nos referimos directamente a que, existen en las dependencias relacionadas con el comercio internacional, personas con poca preparación y con poca mentalidad de servicio. Lo mismo ocurre muchas veces con funcionarios que están a cargo de departamentos especializados, los cuales se encuentran detrás del escritorio planeando y organizando sus departamentos y las funciones de cada una de las personas a su cargo no enterándose exactamente de las necesidades reales de servicio.

En México al hablar de Burocracia y de obstaculización administrativa, es hablar de gestión corruptiva, pues como todos sabemos, los obstáculos de este tipo siempre inducen a tratar de estimular el servicio que prestan los servidores públicos. Por ejemplo: con las vistas aduanales, que perciben salarios no muy altos y que con la eliminación del precio oficial, propician tardanzas y desinterés para despachar y dar agilidad al comercio de mercancías; buscando en lo posible algún incentivo económico por fuera.

Basta acudir a las aduanas fronterizas para realizar una importación ocasional (menor a 1 000 dls.) en la que se traen mercancías adicionales a las señaladas en la franquicia (*) de residentes en nuestro país que han realizado un viaje internacional para darse cuenta de la problemática administrativa que existe. En este caso, como el declarante importa una mercancía con valor pequeño, no necesita el Pedimento de Importación; sólo se le requirirá:

- Factura original, con el número de serie, modelo, marca, etc. del producto.
- Pesar el producto. Para esto se percata la existencia de una Báscula propiedad de la Aduana que generalmente no sirve por tanto uso y descuido y la cual marca siempre excesos de 2 a 3 kgs.
- Pago de Arancel e impuestos correspondientes acreditando la mercancía mediante una boleta de impuestos.

Parecería no haber tanto obstáculo administrativo, pero en realidad para realizar el último trámite, en necesario esperar hasta más de 3 horas para pagar los impuestos correspondientes.

Existen en las Aduanas una total desorganización administrativa pues:

- Aunque existen de 6 a 8 vistas aduanales, sólo hay 2 personas encargadas de realizar este trámite administrativo, dando prioridad de su atención, a trámites que son pasados por detrás por vistas a personas ajenas a este tipo de operatividad para dar agilidad a ciertos individuos o grupos de personas a cambio de recibir un incentivo o gratificación económica.
- No existe un ordenamiento serio para la gente que está en espera de hacer su declaración adicional a lo que le corresponde en la franquicia, toda la gente ante la desesperación de la tardanza busca ser atendida primeramente.

(*) Franquicia. - El declarante tiene derecho a importar; exentas del pago de impuestos; las siguientes mercancías individualmente:

- Las de uso personal del pasajero, como ropa, calzado, artículos de baño y locador en cantidades razonables y acordes a la duración del viaje.
- Una cámara fotográfica o cinematográfica o una para video grabación, excepto equipo profesional, hasta 12 rollos de película virgen o video casetes, así como el material fotográfico impreso o filmado.
- Hasta 20 libros o revistas diferentes entre sí.
- Un artículo deportivo o un equipo individual de deporte, usados siempre que pueda ser transportado comúnmente por una persona.
- Veinte cajetillas de cigarrillos.
- Tres litros de vino o licor.
- Medicamentos, con receta médica si se trata de drogas.
- Diversos objetos cuyo valor equivalen en M. N. hasta 300 Dls. U.S.A. O su equivalente en otra divisa.

Leyes y códigos de México. Legislación Aduanera. 9a. ed. México, D. F. Editorial Porrúa 1988 pag. 227.

- El horario específico y declarado en un gran cartel a la entrada de las oficinas de los vistes es de 8:00 a 21:30 hrs. Esto representa una gran traba burocrática y administrativa, pues refleja la entrada y salida de personas y comercio a un horario restringido, ello ocurre también en días festivos.

Por tanto, es el propio proceso administrativo el que influye y ocasiona las trabas burocráticas y la siempre existente corrupción a los servidores públicos, ya que el importador o exportador para evitarse estas trabas, se anticipan a dicho trámite y buscan una salida ágil a esta actividad ofreciendo incentivos económicos o en muchos casos ocultando el comercio de mercancías.

Es por ello, se insiste, que esta investigación proporcionará de alguna manera información de diversos aspectos que pueden servir a la empresa mexicana, para evitarse este tipo de problemas.

3. - Un tipo de problema siempre conlleva a otro, es decir en el caso anterior se vislumbra una falta de responsabilidad por muchas personas encargadas de servir al público, y aunque en ocasiones se expresan dichas inconformidades ante las autoridades correspondientes, existe un paternalismo oficial en dichas instituciones, pues por lo general no se dan soluciones ante las quejas.

4. - Otro obstáculo de los muchos que hay en la tramitación de documentos de importación y exportación, es el referente a la radicalización preferencial hacia ciertas ramas dinámicas para la exportación es decir, con base en la concertación con empresas altamente exportadoras, ya sea individual o por grupo de empresas afines, se deberá de dar un trato ágil, preferencial y oportuno por parte de las dependencias y entidades del sector público, en todo lo relativo a sus operaciones de comercio exterior. (55) Aunque este objetivo no es perjudicial para apoyar en la sustentación de mercados externos por parte de estas empresas a través de la exportación, también por otro lado afecta en el servicio a empresas pequeñas y medianas, pues se dedica mejor atención a las empresas grandes, quienes son las que aprovechan la mayor parte de los estímulos y apoyos gubernamentales. Al respecto se ha integrado en SECOFI una lista de empresas, que habrá de circular entre las diversas dependencias gubernamentales y entidades a fin de que se les atienda con la prioridad y rapidez necesarias, optimizando así sus trámites de comercio exterior. Lo anterior ha ocasionado en la práctica, problemas de burocracia administrativa, falta de información y servicio hacia empresas potencialmente competitivas en el exterior.

5. - Otros como: exigencias de normas técnicas, de seguridad, sanitarias, de etiquetado, condiciones de envasado, peso, volumen o calidad difíciles de cumplir.

(55) Gobierno Federal. "Acciones adicionales para promover las exportaciones en el marco del programa de Fomento Integral a las Exportaciones". Proflex. Diario Oficial de la Federación 17 de marzo de 1986. pag. 25.

III. 1. 3. Procedimientos Administrativos en las Entidades Federales.

Aunque este tipo de problemática que se da en las entidades públicas también forma parte de lo que hemos venido llamando la burocracia administrativa, aquí también nos referimos a los procedimientos administrativos internos que se realizan en las entidades públicas relacionadas con el comercio exterior y que de alguna forma afecta el dinamismo de los trámites de los exportadores.

Por ejemplo: Cuando una empresa necesita realizar el trámite documentario de permiso de exportación (en su caso), revisar fracción arancelaria que le corresponde a su producto, realizar y tramitar un certificado de origen y un certificado sanitario, etc. Dicho procedimiento administrativo se podría realizar directamente en SECOFI, realizando posteriormente esta entidad, la tramitación por vía operativa interna, lo cual acarrea una gran pérdida de tiempo para el exportador, pues dicho procedimiento es fluido a diferentes departamentos internos hasta llegar al que corresponde en la Secretaría de Agricultura y Recursos Hidráulicos. Este es también el caso existente en Bancomext, pues el exportador al solicitar un financiamiento para promover sus ventas en el exterior, necesita una serie de trámites entre Bancos Nacionales de Créditos con que la empresa opera. Muchas veces se hace tedioso el trámite y absorbe gran cantidad de tiempo, tanto operativamente, como para el empresario, pues tiene que estar dando vueltas y vueltas a estas instituciones para poder agilizar este procedimiento administrativo.

Ahora, más específicamente, en cuanto a los procedimientos administrativos que se siguen en algunas dependencias gubernamentales, caso específico de Bancomext, existe una serie de procedimientos a seguir, con el sólo hecho de ir a informarte sobre como exportar. Es decir, es el caso en que una empresa que nunca ha exportado y tiene la potencialidad de hacerlo; va a orientarse sobre cómo poder participar en la actividad exportadora, la empresa debe tomar en cuenta que se va a enfrentar a barreras del tipo de procedimientos administrativos tediosos.

Lo primero que se da al exportador potencial es una forma o solicitud de "Oferta exportable". En este documento se encuentran datos del producto como es especificaciones técnicas y comerciales, uso o aplicación fracción arancelaria y catálogos, muestras y precios. En la segunda parte de la misma hoja se solicitan los datos de la empresa, en la tercera parte se solicitan datos de la cotización del producto, o sea se solicitan: volumen disponible para exportar, condiciones de pago cotización en base a incoterms.

En la última parte se solicita información complementaria como son países a los que se desea exportar, tip de representante en el exterior, experiencia y tratos comerciales con otros países etc.

El obstáculo está en que como empresa que nunca ha exportado y que es la primera vez en que se para en Bancomext, el procedimiento administrativo se centra en una sola forma de solicitud de datos. No se hace ningún preámbulo, no se informa sobre qué es lo que se desea realmente, pues, como se ha analizado anteriormente son diferentes los servicios y apoyos que se dan etc. Sólo se entrega la forma que a continuación se muestra en el Cuadro No. 18 y se da instrucciones de regresar con la forma llena al departamento que corresponda la rama productiva a que corresponda nuestro producto. O sea que hay que estar pasando a diferentes departamentos internos y realizar diferentes trámites. Es donde se encuentra una falla en el procedimiento administrativo interno, pues no hay una persona encargada que le explique al exportador a dónde tiene que pasar, qué tiene que hacer, cuáles son los requisitos necesarios, debe de haber cierto tacto al tratar con estas empresas principiantes para motivar esa mentalidad exportadora de la que se ha venido hablando en este capítulo.

Además, basta con revisar dicha forma para darse uno cuenta que, volvemos a repetir, se trata de una empresa que es la primera vez que busca utilizar este servicio que es gratuito, y se encuentra que le piden datos de fracción arancelaria que muchas veces la empresa potencial a exportar no sabe lo que es o cómo se opera, y si no llena el espacio, van a regresar a SECOFI a que le informen a la persona que realiza el trámite, con ello se origina pérdida de tiempo.

En la tercera parte, donde se solicita especificaciones internacionales de calidad, condiciones de pago, cotización en base a los Incoterms, la empresa exportadora no sabe ni puede saber cómo van a ser las condiciones de pago ni la forma en que va a cotizar, pues como se ha visto ya en el capítulo anterior, eso se negocia con el comprador pues depende de nuestras necesidades y de la oportunidad de poder hacer llegar el producto mexicano a mercados externos, puede ser que a una empresa le convenga exportar mediante C. I. F. O F. O. B.

Ahora, en la cuarta parte de esta pequeña forma, se solicita se llene los países a los que se desea exportar, pues el exportador va a escoger el que más le guste y también se sabe que, no se busca un país cualquiera, sino que antes se debe ver la demanda de nuestro producto que existe en aquellos países deseados. (56)

C U A D R O No.18



MINISTERIO DE COMERCIO EXTERIOR, S.R.L.

FORMA DE ENTREGA DE PRODUCTOS EXPORTABLES

I DATOS DEL PRODUCTO.		C.C.P.
NOMBRE O DESCRIPCIÓN	FAMILIA Y SUBFAMILIA	
ESPECIFICACIONES TÉCNICAS Y COMERCIALES	CLASIF. CUBA: <input type="checkbox"/> CATALOGOS: <input type="checkbox"/> CILINDROS: <input type="checkbox"/> LISTA DE PRECIOS: <input type="checkbox"/> FOTOS: <input type="checkbox"/>	
SEÑAL DE IDENTIFICACIÓN		

II DATOS DE LA EMPRESA.		
NOMBRE Y TIPO DE EMPRESA		
DIRECCIÓN COMPLETA (CALLE, CALLEJÓN, CALLEJITAS, CALLEJONES)		
TELÉFONO	TÉLEX	TELÉGRAMOS (CÓDIGO Y TEXTO)
ALIAS TELEGRÁFICOS	TELÉFONO	TELÉGRAMOS (CÓDIGO Y TEXTO)
CÓDIGO DE REGISTRO DE LA EMPRESA		
NOMBRE TÉCNICO DEL PRODUCTO EN LOS PAISES DESTINO		
NOMBRE TÉCNICO DEL EQUIPAMIENTO EN LA PAIS DE EXPORTACIÓN		

III COTIZACIÓN		
TIPO DE PRODUCTO	PAIS DESTINO	MONTANTES DE PRODUCTOS DESTINO
EVALUACIONES INTERMEDIAS DE CANTIDADES DESTINO (CANTIDADES DESTINO)		
<input type="radio"/> ENVÍO AL CREDITO DEL BANCO (E.C.B.) <input type="radio"/> ENVÍO A DEPÓSITO (E.D.B.) <input type="radio"/> ENVÍO A PAGO (E.P.B.) <input type="radio"/> ENVÍO A DEPÓSITO A LA VISTA (E.D.V.) <input type="radio"/> OTROS:	Nota: Se debe indicar un porcentaje de descuento sobre un crédito, préstamo o depósito, según el caso. (E.C.B. y E.D.B. se aplican a depósitos)	MONEDA: <input type="checkbox"/> PERIÓDICA: <input type="checkbox"/> ESTADÍSTICA: <input type="checkbox"/> TEMPORAL: <input type="checkbox"/>
OTROS DATOS		OTROS DATOS DESTINO

CUADRO No. 18

EVIDENCE OF COMPLETION	
<p>1. NAME OF THE PARTY TO WHOM THE WORK WAS ASSIGNED</p> <p>2. DATE WHEN THE WORK WAS COMPLETED</p> <p>3. NAME OF THE SUPERVISOR</p> <p>4. NAME OF THE WORKER</p>	
<p>5. TYPE OF WORK</p> <p><input type="radio"/> CONSTRUCTION <input type="radio"/> MAINTENANCE <input type="radio"/> REPAIRS</p>	<p>6. LOCATION</p> <p><input type="radio"/> OFFICE <input type="radio"/> SHOP <input type="radio"/> FIELD</p>
<p>7. DESCRIPTION OF THE WORK</p> <p>8. DATE WHEN THE WORK WAS COMPLETED</p>	
<p>9. NAME OF THE SUPERVISOR</p> <p><input type="radio"/> SUPERVISOR <input type="radio"/> EXPONER <input type="radio"/> DESIGNER</p>	
<p>10. SIGNATURE</p> <p>11. DATE</p>	

Por tanto: se observa que existe una deficiencia en los procedimientos administrativos de algunas entidades gubernamentales, y que en este caso específico, no es que esté mal la forma de información de módulo de oferta exportable, (57) es adecuada para una empresa que ya tiene experiencia en la actividad exportadora pero no es adecuada para una empresa que realmente está a punto de empezar y que si no se le trata idóneamente, no logrará estimular a las pequeñas y medianas empresas a participar en las exportaciones, pues a fin de cuentas, uno de los objetivos principales del Bancomext es promover la exportación nacional.

III. 1. 4. Estructura y análisis del trámite y gestión del Registro del Exportador.

Aunque no tiene mucho problema este tipo de trámite para poder realizar exportaciones e importaciones (en México es muy importante) pues es el primer paso administrativo y de gestión que se debe realizar para comerciar con otros países, es decir, sin este número de registro no se puede realizar ningún otro tipo de trámites documentarios ni la misma exportación o importación; ya que representa nuestra identificación como participante de esta actividad y de los beneficios que trae consigo.

Aunque parece no haber obstáculos en este trámite, las barreras a que se puede enfrentar la empresa interesada, es el cumplir con los pocos requisitos y acudir a los lugares correctos para su tramitación. La empresa potencial de importar y exportar debe saber correctamente hacia dónde y con qué requisitos se puede registrar legalmente, es por ello que en seguida se muestra su funcionalidad.

-
- (57) Para que una empresa pueda participar en una exportación y pueda crear una oferta exportable, debe tener en cuenta:
- Que la empresa CUENTE con una capacidad física de exportación.
 - Que tenga recursos económicos y financieros sanos.
 - Contar con una capacidad administrativa adecuada (conocimiento de tráfico internacional).
 - Tener conciencia exportadora (disponibilidad e interés por llevar sus productos a mercados extranjeros.)
- Ahora una buena respuesta a la demanda comercial de los productos mexicanos por parte de los mercados internacionales y su mejor y más oportuna aceptación está determinada en parte por la integración de la oferta exportable, pero no es el primer paso para poder realizar una exportación, pues antes es necesario por ejemplo: contactar con el comprador y negociar las condiciones en que se podrá realizar la compra-venta internacional.

El primer requisito legal en México para realizar Estas operaciones es el REGISTRO NACIONAL DEL EXPORTADOR E IMPORTADOR (R. N. I. E.).

La Secretaría de Hacienda y Crédito Público, por conducto de la Dirección General de Aduanas, lleva el control de Este Registro Nacional de Importadores y Exportadores que, tiene como finalidad identificar tanto al industrial como al comerciante del país, como a la persona física o moral que realice exportaciones e importaciones ante las diferentes dependencias que expiden permisos, autorizaciones, que certifican compromisos de venta de divisas o uso o devolución de las mismas así como aquellas que ofrecen estímulos fiscales, financieros y promocionales.

Este trámite es sumamente sencillo de realizar. Deberá hacerse mediante la presentación de una solicitud en formato oficial dirigido a:

DIRECCION GENERAL DE ADUANAS
Unidad Informática, contabilidad y Glosa
Coordinación de análisis y desarrollo
Depto. de Registro Nac. de importadores y exportadores.
Av. 20 de noviembre No. 105 2o piso C.P. 06090
México D.F. Telf. 585-63-88

Mismo que se puede obtener en la Dirección General de Aduanas o en Bancomext, en esta solicitud se debe proporcionar los siguientes datos: (original y dos copias)

Nombre o razón social.

Domicilio C. P. Tel. Telex.

R. F. C.

Actividad económica

Capital Social

Indicar la Cámara a la que pertenece.

Asimismo, deberá anexar los siguientes documentos en copias fotostáticas.

Acta constitutiva de la empresa

R. F. C.

Cédula de establecimiento

Comprobante de domicilio

La solicitud con dichos documentos se podrá entregar en servicio de "ventanilla Única" de la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial en Alfonso Reyes No. 30 PB en la colonia Exhipódromo Condesa (saliendo del metro Juanacatlán) o directamente en la Dirección General de Aduanas.

Por otro lado, cabe mencionar que, cuando el producto a exportar requiera de permiso previo, se deberá obtener el Registro de Personas Acreditadas para suscribir solicitudes de Permisos de Importación y Exportación.

Este trámite es opcional, más sin embargo, las empresas que no efectúen dicho procedimiento, deberán acreditar en cada solicitud su existencia y las facultades de quien las suscriba. Los trámites para obtener el citado registro se efectuarán en:

SECOFI

Dirección General de Asuntos Jurídicos

Blvd Adolfo López Mateos No. 3025.

Col Héroes de Padierna

Picacho

Así como también en las Delegaciones Federales de la SECOFI en cuya jurisdicción se encuentre el domicilio del solicitante.

III. 2. Análisis de los principales aspectos en la asesoría para la exportación.

III. 2. 1. Estructura de los medios de información que se requiere para exportar.

Se ha venido reiterando a lo largo de esta investigación sobre la problemática y obstaculización existente en cuanto a la falta de una información y asesoría adecuada, que le permita al empresario llevar a cabo y dinamizar las exportaciones en México.

Este problema tiene dos enfoques, el primero referente a una verdadera falta de interés por parte de las empresas exportadoras de informarse por ellas mismas mediante revistas, publicaciones especializadas, módulos de información etc., y el segundo una falta de medios de comunicación y promoción adecuada de poder hacer llegar la información sobre comercio exterior a las empresas nacionales.

En lo referente al primer aspecto mencionado, se observa que la estructura de información existente al respecto, es muy variada y especializada, la información existe sólo que la empresa no ha sabido hacerla llegar.

Los medio de información y los lugares de asesoría, son muy diversos, por ejemplo, basta observar en la PE de SECOFI en el departamento de publicaciones, los diferentes catálogos y folletos de información referentes a la exportación e importación (ver cuadro No. 19) a precios muy bajos; o revisar periódicos como el financiero, excelstor, revistas como es "Comercio", Ejecutivo, Financiero, Comercio Exterior (Bancomext), etc., donde se publican ofertas y demandas de Comercio Exterior así como nombres y direcciones de las empresas interesadas; publicaciones bancarias como es el Manual del Exportador (Confía), Boletín de Comercio Exterior de Bancomer; libros, tesis, publicaciones gubernamentales (Manual de Trámites Administrativos de Importaciones y Exportaciones del Sector Público), Bibliotecas y Módulos de Información (Infotec); Cámaras de Comercio; Embajadas o como último recurso (ya que su costo resulta ser alto) consultas y asesorías a Empresas Comercializadoras o exportadoras, etc.

C U A D R O N o . 19

BANCO NACIONAL DE COMERCIO EXTERIOR, S.A.C.
BANCA DE DESARROLLO

Ciudad e Serie Tercera No. 1028
01920 LIMA, P. I.

Departamento Administrativo
TEL. 500 71 22

RELACION DE PUBLICACIONES

MODULO DE PUBLICACIONES (C.I.)
TEL. 211 00 36 EXT. 250

PERIODO DE VENTA: 9-10 - 1952

EDICIONES INCE 1952	EDICIONES INCE - 1952	EDICIONES BANCO EXT 1952	SEOP
SERIE: COMOD EXPORTAR A... ARGENTINA \$ 400.00 ANGELIA 400.00 AUSTRIA 250.00 COSTA RICA 450.00 ECUADOR 400.00 PERU 450.00 PUERTO RICO 450.00 REP. POP. CHINA 450.00 URUGUAY 450.00	SERIE: PRODUCTOS PRIORITARIOS DE EXPORTACION DALLAS \$ 250.00 G. INDIANA 250.00 HOLLANDA 250.00 ITALIA 250.00 R. F. A. 250.00 URSS 250.00	SERIE: COMOD EXPORTAR A... ARGENTINA \$ 1 000.00 BRASIL 1 000.00 CHINA 1 000.00 COSTA RICA 1 000.00 CUBA 1 000.00 FRANCIA 1 000.00 GUATEMALA 1 000.00 ITALIA 1 000.00 JAPON 1 000.00 REP. POP. CHINA 1 000.00 URUGUAY 1 000.00	CL PROSO DE ADESION DE MEXICO AL GATT \$ 1 500.00 LARIA MEX. DE INVESTIGACION LA NUNLEY DE COMERCIO EXTERIOR \$ 75 000.00 EXPOSICION COLECCION DE MEXICO - IMPRESIONES MEDIO SIGLO OCEANICO Y PROMOCION AL COMERT. DE MEXICO (2 TOMOS) \$ 24 675.00 BANCOEXT/ESTUDIOS POR RECIBOS -AUTOPARTES \$ 45 000.00 -CAMARON DE ACUA CULTIVA 25 000.00 -FLORES DE CORTE 25 000.00 -TEXTIL 45 000.00
SERIE: EL MERCADO DE... BRASILE 300.00 CHILE 400.00 DALLAS 400.00 MILWAUKEE 400.00 MONTREAL 250.00 N. ORLEANS 250.00	SERIE: FOLLETOS INTERNACIONALES MEX./EXPORTA CALZADO \$ 2 000.00 MEX./BU ALTERNATIVA COMOD PARA PRODUCTOS DE EXPORTACION 1 500.00	REP. UNIDO 1 000.00 REP. COREA 1 000.00 R. F. A. 1 000.00 REP. POP. CHINA 1 000.00	
SERIE: PRODUCTOS PRIORITARIOS DE EXPORT. ARGENTINA \$ 250.00 BRASIL 250.00 COLOMBIA 250.00 COSTA RICA 250.00 CUBA 250.00 GUATEMALA 250.00 PERU 250.00 PUERTO RICO 250.00 R. DOMINICANA 250.00 URUGUAY 250.00 VENEZUELA 250.00	COLECCION: PUBLICACIONES INFORMATIVAS BOLETIN BIBLIOGRAFICO \$ 300.00 BOLETIN BIBLIOG. SCP 350.00 CATALOGO DE PRODUCTOS QUE IMPORTA R. DOMINICANA 350.00	SERIE: EL MERCADO DE... ATLANTA \$ 1 000.00 DALLAS 1 000.00 CHICAGO 1 000.00 MICHIGAN-CUBA 1 000.00 NEW YORK 1 000.00 PARIS	
		SERIE: INFORMATIVAS OPORTUNIDADES COMERCIALES \$ 700.00 INTERNACIONALES (PENSAJAL)	

Existe por tanto, una gran variedad de formas con que la empresa interesada en exportar puede informarse y consultar para saber a que tipo de actividad se va a enfrentar así como para darse cuenta de los grandes beneficios que puede obtener al participar en ella. El problema sólo existe en el interés propio que tenga cada empresa, y en su falta de búsqueda de los medios de información actuales que se necesitan para estar al tanto de lo que acontece en el comercio internacional.

III. 2. 2. Asesoría en Instituciones y Organismos de Exportación.

La otra parte en la problemática de la falta de información y asesoría existentes en las exportaciones nacionales, es decir, dentro de los programas existentes de apoyo en promoción y asesoría, llevadas a cabo por distintas instituciones gubernamentales. Existen una falta de medios adecuados de comunicación que verdaderamente informen y asesoren a la empresa nacional. Existen anuncios televisivos, por medio del radio, mediante el periódico, pero en realidad no llevan mucho el mensaje de ánimo e incentivo hacia el exportador potencial, pues como ya se ha mencionado, en caso que se interesen y acudan a los diferentes organismos como es Bancomext, Instituciones de Banca Múltiple y la propia SECOFI, se confunde y hace problemática la asesoría.

En Bancomext, se realizó una investigación directa para informar y asesorar a una empresa "X", los resultados no fueron halagadores pues sólo fue un mero trámite burocrático de llenado de forma administrativa sin realmente obtener una información veraz de los pasos a seguir en la exportación, las posibilidades, financiamientos, etc. Dentro del Plan Nacional de Desarrollo y dentro del propio Proflex, se contemplaba dar una información real sobre las potencialidades de la exportación y la sustitución de importaciones, pero como se ve, no se ha dado de esta manera.

En Instituciones Nacionales de Crédito los obstáculos a que se enfrenta el exportador en cuestión de asesoría es mayor, debido a que en casos particulares de Bancos pequeños (Mercantil del Norte, Mercantil de México, etc.) y casos específicos como el del BCH y Serfin en algunas de sus sucursales no se orienta en nada ni se informa grandemente sobre aprovechar los fondos creados por el Gobierno Federal a través de FOMEX. Por ejemplo: si una empresa va a solicitar informes digamos que sobre los fondos que otorga FOMEX para la pre-exportación, se encuentra con lo siguiente:

- 1.- Para poder tener derecho a atención de servicio, es necesario ser cliente de dicha institución, de lo contrario no se atiende a las personas, ahora, es lógico que una empresa participe de alguna forma a través de instituciones financieras, pero en bancos pequeños ni siquiera se atiende directamente en las sucursales, se envía a departamentos internacionales donde la mayoría de las veces hay que dar más de 2 vueltas para poder ser atendido, más aún si la cuenta en esa institución no es buena o más bien no tiene saldos promedio altos durante el mes, no se le da mucho avance a

sus peticiones, en caso que se tenga muy buenos saldos, entonces se le da mayor prioridad a cada caso.

- 2.- En caso de bancos grandes como Serfin, Banamex y medianos como BCH, se da el caso anterior, sólo que se necesita primero que nada, llevar una carta oficial de la empresa dirigida al Banco, solicitando y justificando el crédito y además se llena una solicitud para la participación de fondos de FOMEX y para la actividad que se usará.
- 3.- En estos bancos, los resultados obtenidos no son muy alentadores, pues los funcionarios y el personal que atiende a los solicitantes, no tienen ni la menor idea de la importancia que tienen los fondos de FOMEX que se canalizan a través de dichas instituciones, no informan en lo más mínimo de lo que realmente se debe hacer, no incentivan al empresario. No se trata de criticar duramente al servicio de estas instituciones, pero uno de los objetivos de esta investigación, es dar un punto de vista diferente al que se promueve en dichas instituciones siendo con ello más objetivos y reales en los obstáculos a que se debe de enfrentar los exportadores y potenciales exportadores. La operatividad que realizan este tipo de funcionarios al respecto, es en la mayoría de los casos, el solicitar la carta y llenado de la solicitud de la que hicimos mención y explicar en lo que es 1 cuartilla para lo que sirve el fondo de FOMEX, esto en un período de tiempo de 10 a 15 o cuando mucho 20 minutos. La cuestión es, si en ese lapso de tiempo se puede realmente incentivar, informar y asesorar acerca de una exportación.
- 4.- La alternativa a seguir por este tipo de instituciones, es el de enviar a las empresas interesadas a los respectivos departamentos internacionales donde sucede lo que mencionábamos en el punto número 1. Además cabe mencionar, que existen muchas distorsiones de conocimientos y preparación en los departamentos de promoción y atención a empresas con los funcionarios encargados de realizar contablemente los créditos otorgados, ocasionando una mayor pérdida de tiempo. (Según entrevistas a operativos de departamento de financiamiento internacional y control de cambios de Banca Serfin).
- 5.- En los casos que se solicitó la información y asesoría a pequeños bancos, no se obtuvo durante más de 15 días información al respecto, a pesar que los gerentes de los bancos solicitaban dicha información sin recibir nada. A fin de cuentas se realiza el caso anterior.

En la SECOFI, al igual que en otras entidades públicas, se llega a informar y asesorar cuando no es muy difícil u operativa dicha orientación y se encuentra además con las mencionadas trabas burocráticas.

Ahora bien, la necesidad de contar con información actualizada y oportuna, es esencial para el sector exportador mexicano, ya que permite orientarlo en la selección de mercados y productos a exportar, la forma de operar en ellos, obtener financiamiento, etc. Es importante saber sin embargo, que no todo es obstáculos y problemas para el exportador nacional, pues existen casos en que se puede recibir diferente tipo de asesoría

como por ejemplo:

- Sobre el conocimiento de los tratamientos arancelarios y no arancelarios de un producto o servicio, tanto de México como de otros países.
- Características de los mercados extranjeros.
- Formas de pago internacionales.
- Esquemas de apoyos financieros.
- Contratos de compra-venta internacionales.
- Agentes aduanales en México y corresponsales.
- Tipos de transporte, rutas, itinerarios, escalas y equipos.
- Difusión de oportunidades comerciales en el extranjero.
- Asesoría jurídica para protegerse de los posibles conflictos legales.
- Asesoría sobre la legislación e interpretación en otros países en relación a los contratos de representantes comerciales.
- Orientación y asesoría a las empresas en aspectos de innovación y adecuación tecnológica, deficiencias tecnológicas y transferencia de tecnología.

III.3. Conveniencia de la promoción de exportaciones en México.

Al realizar la encuesta que se ilustra en la primera parte de este capítulo sobre los obstáculos o barreras a que se enfrenta el exportador, se rescataron afirmaciones interesantes con respecto a los apoyos y estímulos a la actividad exportadora por parte del Gobierno de la República.

En estos resultados se destaca en la mayoría de las empresas, que a pesar de que se conoce la existencia de diferentes apoyos y estímulos promocionales en la venta de productos mexicanos hacia el exterior, la mayoría de estos mecanismos no se utilizan, principalmente en las pequeñas y medianas empresas, y si se llegarán a utilizar no lo hacen en la forma más óptima.

Es importante, pues si la pequeña y mediana empresa quieren participar de esos apoyos y estímulos existentes como se observó en el capítulo I (Políticas de Comercio Exterior llevadas a cabo por el Gobierno Federal) se encuentran con que dichos mecanismos se aplican principalmente a los sectores productivos exportables que ofrecen mayores entradas de divisas a nuestro país.

Por otro lado, este tipo de empresas, por su capacidad y tamaño no han desarrollado aún dentro de sí mismas departamentos especializados de Marketing International o en su defecto, una estrategia mercadológica acorde con su producto. Esto es otra de las barreras que frenan la exportación de algunas empresas exportadoras.

III. 3. 1. Radicalización en la Promoción de Sectores Productivos de Exportación.

Se habló un poco sobre este tema en la problemática que se da en los trámites al dárselos mayor preferencia en el servicio a Empresas altamente exportadoras, en el caso de la promoción y apoyo a esta actividad existen problemas semejantes.

La SECOFI, a través de la Dirección General de Servicios al Comercio Exterior informa mediante oficio dirigido al C. Presidente de la República, sobre el programa de concertación con empresas altamente exportadoras implantado por dicha secretaría.

Las empresas altamente exportadoras, gozarán de beneficios tales como: derecho a mayor cobertura de financiamiento por parte de FOMEX, facilidades administrativas en materia aduanera en lo relativo a la posibilidad de nombrar apoderados en sustitución de agentes aduanales, garantía revolvente, despacho a domicilio y verificación física; acreditación automática del I. V. A.; acceso a permisos de importación en condiciones preferenciales, así como algunos otros beneficios que gradualmente se irán implantando en las dependencias y entidades públicas. (58)

Dentro de los servicios de apoyo y promoción que presta Bancomext y de los cuales las empresas altamente exportadoras participan, se encuentran los siguientes:

EJECUTIVOS DE CUENTA:

Son funcionarios de alto nivel encargados de atender la función promotora integral, desarrollan entre otras cosas, las actividades de promoción de la oferta de bienes y servicios exportables, orientación sobre trámites administrativos de exportación e importación, así como información sobre los mecanismos de apoyo en el proceso de investigación de mercado, apoyo en la difusión de oportunidades comerciales y detección de necesidades de apoyos técnicos para la producción.

CAPACITACION:

A través del Centro de Estudios en Comercio Internacional (CECI), participa en la capacitación de recursos humanos. Organiza simposios, cursos, seminarios y conferencias, propicia el establecimiento de centros de capacitación.

OFICINAS REGIONALES DE PROMOCION:

Para fomentar y apoyar la participación de los organismos públicos y privados locales, identifican y contribuyen a la solución de obstáculos a la exportación, promocionan el abastecimiento de insumos a la industria maquiladora, propician transacciones comerciales entre oferentes y demandantes.

CONSEJERIAS COMERCIALES:

- Su tarea prioritaria es la identificación de mercados potenciales y de proyectos viables para productos de exportación. Realizan estudios de mercado por productos y país con diferentes niveles de penetración, los cuales se identifican como:
- Cédula. - Contiene la tendencia comercial del producto en los últimos años y las barreras no arancelarias.
- Perfil. - Que considera los elementos de la cédula, tratamiento arancelario, producción en el mercado, lista de importadores potenciales y observaciones sobre las prácticas comerciales.
- Informe O estudio. - Que incluye los elementos del perfil, canales de distribución, mecanismos y prácticas de promoción, regulaciones de etiquetado, análisis de los países proveedores, requisitos de empaque y embalaje, condiciones sanitarias y de calidad.

APOYOS FINANCIEROS (ver capítulo II).

Apoyos Promocionales como:

- Participación en ferias y exposiciones en el extranjero.
- Envío de muestras.
- Viajes de promoción comercial.
- Material promocional y de publicidad.
- Campañas de publicidad, etc.

Por tanto: Aunque existe dependencia de la Industria Nacional de Importación en relación con sus exportaciones, se vuelve a reiterar, en que no se trata de fomentar exportaciones sólo en sectores más dinámicos de la economía nacional, pues ello ha creado costumbre al exportar con el fin de obtener ingresos o divisas favorables para el país; también los productos no tradicionales (ver final del capítulo I) tienen oportunidad de competir y comercializarse en los mercados internacionales teniendo como base una mejor información y orientación de los procedimientos y mecanismos relacionados con el apoyo, promoción y estímulo hacia la exportación en general. Por tanto: se trata "de dar apoyo, promoción y estímulo a la producción exportable y no sólo al producto exportable, ello beneficiará a mediano plazo el flujo de nuestro comercio exterior y la ampliación de nuestra planta productiva".

III. 3. 2. ANÁLISIS DE LAS ESTRATEGIAS MERCADOLÓGICAS.

Es importante resaltar la gran problemática existente de una empresa cuando tiene la oportunidad de exportar y tener apoyo y promoción gubernamental, y no puede llevar a cabo dicha actividad por falta de una estrategia mercadológica adecuada al producto y capacidad de ésta.

El empresario mexicano dedicado a la exportación, debe conocer todo lo referente a las condiciones de mercado, de su producción en el país o países seleccionados. Por lo tanto, debe trasladarse a los mercados del exterior, o sea, investigarlos, evaluarlos y determinar las posibilidades reales que presenten para sus productos de tal suerte que con apoyo en su capacidad instalada de producción, su sentido empresarial y comercializador pueda estructurar un programa para la promoción y venta de sus productos una vez que los haya adecuado a los usos, prácticas, costumbres, gustos y presentación de los consumidores extranjeros.

Lo anterior implica que las empresas dedicadas a la exportación, deben realizar un análisis de su estrategia mercadológica orientada al exterior. A continuación se analizará algunos aspectos importantes que deben resaltarse dentro de dicha estrategia, para que las empresas interesadas se den una idea de ello.

Antes que nada, es bueno determinar lo que se entiende para este caso como estrategia mercadológica. Es considerado como un sistema global de actividades de negocios de la empresa, proyectada para planear, establecer el precio, promover y distribuir los bienes y servicios que satisfagan necesidades de clientes actuales y potenciales, es decir, busca diseñar un sistema eficiente que permita llegar al producto a los gustos de los consumidores extranjeros a través de una vinculación adecuada del producto, precio, promoción y distribución.

Es aconsejable una vez seleccionado el producto a exportar, detectar el mercado más adecuado en base a:

1. - La situación geográfica, política, económica y social del país donde se encuentra dicho mercado.
2. - Facilidades de transporte.
3. - Aranceles, impuestos, trabas no arancelarias.
4. - Restricciones cambiarias, ya que pueden frenar el flujo comercial de nuestro producto.
5. - Los canales de distribución más adecuados (más adelante se analizan).
6. - Los hábitos de consumo del país de destino en función de sus costumbres o de su estatura social.
7. - Embalaje preciso.
8. - Documentación necesaria para el país de destino.
9. - Estímulos fiscales si los hubiere etc.
10. - Tomar en cuenta que existe una legislación diferente en el país donde se encuentra nuestro mercado elegido, al igual que existe también diferente lengua.

Por alguno de estos factores, suele suceder que muchas empresas se dediquen sólo al mercado interno y/o utilización de intermediarios o canales que en un momento dado les quitan parte de beneficio, es el caso de agentes de grandes empresas de compra (almacenes del extranjero) dentro del mismo país productor y que se hacen cargo de toda la tramitación de exportación. Por lo tanto: es necesario que el productor muestre una enorme agresividad en su campaña de exportación, siendo ésta más directa y con un mayor control de sus operaciones. Y para ello se debe tomar en cuenta lo siguiente:

- a. - En caso necesario; realizar un estudio de mercados en el que se precise cuáles son los servicios que se requieren en el propio país y en el de destino, asimismo de la mejor condición de comercializar nuestro producto y la capacidad de absorción de ese país.
- b. - Aspiraciones del propio productor sobre el mercado en cuestión, por ejemplo: qué volumen de exportación se va a realizar y cuáles serán los costos de utilización de un canal de distribución adecuado? (es importante no anclarse en un determinado tipo de canal ya que podríamos utilizar en un mercado pequeño a un comerciante exportador y en un mercado grande y cercano a un distribuidor).
- c. - Utilización de abogados expertos de la legislación en ambos países.

En suma lo anterior lo podemos realizar como alternativa a seguir de la siguiente forma:

- 1. - Existen factores claves de los cuales dependen el que un producto triunfe o no, éstos son: la seriedad comercial, la buena reputación, la agresividad comercial, la red de vendedores y su vinculación, así como el tomar en cuenta a las autoridades que expiden las licencias respectivas.
- 2. - La forma de encontrar un adecuado canal de distribución, varía pues hay que tomar en cuenta que no es lo mismo la personalidad de por ejemplo un simple corredor a un representante que ya tiene arraigo y prestigio internacional. La contratación de un representante inadecuado puede ser un impedimento a la promoción futura de nuestros productos. Para ello existen una serie de fuentes de información que pueden ser útiles para determinar nuestro canal de distribución adecuado, los bancos, las cámaras de comercio, revistas especializadas en comercio exterior, el contacto asistiendo a ferias y exposiciones, etc., nos pueden dar una ayuda importante.
- 3. - Una vez que se dispone de una serie de direcciones de personas o firmas que se pueden hacer cargo de la comercialización de nuestro producto sobre un mercado, es conveniente enviar cartas interesándolas en productos que se pretenden exportar y pidiéndoles información sobre su empresa (el modelo de carta será de acuerdo a la forma contractual que se pretende realizar).
- 4. - Entre las respuestas que se reciban, se seleccionarán las que ofrezcan mejores posibilidades y se intentará obtener referencias comerciales y bancarias sobre estas firmas antes de realizar acuerdos con ellas. Bancos, agencias de información, cámaras de comercio, agencias oficiales de promoción de exportaciones, consejerías comerciales, suelen prestar esta información.
- 5. - Hay que establecer un contrato escrito (a veces incluyendo un período de prueba). Estos contratos deben de redactarse de acuerdo con la legislación del país que se trate, por ello la importancia de asesorarnos ante un abogado experimentado.

Dentro de las alternativas que se tienen para introducirse en los mercados extranjeros se encuentran:

Comerciante exportador:

A través de un comerciante exportador las ventas se llevan a cabo de igual manera que una venta interna, ya que es el comerciante exportador el responsable de efectuar los trámites de exportación. También en esta alternativa el fabricante pierde la oportunidad de desarrollo en forma directa de las ventas de su producto en el mercado extranjero.

Consorcio, Agrupación O Cooperativa de Exportación:

Este tipo de organización se encarga de la localización del mercado externo, de la promoción de los productos y complementar a las empresas integrantes, pero puede existir el riesgo de que los pedidos los reciba otro agrupado, al no estar el interesado en contacto directo con el consumidor.

Comerciante importador del país consumidor:

Bajo este canal de distribución se aprovechan los conocimientos del mercado al que sirve el comerciante importador del país consumidor; además, dicho comerciante puede ofrecer servicios después de la venta en el caso de que los productos lo requieran. Los inconvenientes que pudiera encontrar el exportador al utilizar este canal son: un manejo deficiente de los productos que pueden crear una mala imagen de los mismos; también se puede perder el control y la posibilidad de desarrollar las exportaciones si se han reservado la exclusividad del mercado.

Organizaciones de Compras al Mayoreo:

Estas organizaciones desempeñan un papel en el comercio internacional, pues la mayoría de ellas cuenta con sus propios establecimientos de ventas al menudeo y sus compras abarcan una amplia gama de artículos. Dentro de este tipo de organizaciones se encuentran los grandes almacenes y los sindicatos de compras de grandes almacenes; los grandes volúmenes de adquisiciones y la escala limitada de precios con que operan estas organizaciones representan una desventaja para los pequeños productores, que con frecuencia tienen una capacidad inferior para surtir pedidos demasiado grandes.

Concursos Internacionales:

Al participar en un concurso internacional se puede conocer con precisión los requerimientos del consumidor; sin embargo, por lo general este tipo de ventas son ocasionales.

Corredor:

Este agente de comercio exterior le permite localizar clientes y ponerlos en contacto con una empresa cobrando una comisión. Puede ofrecerle servicios de asesoramiento pero al no existir compromisos de vinculación, tiene la libertad también de ayudar a otros competidores.

Agente:

Se encarga de buscar directamente a los compradores y trabaja a base de comisión; suele ofrecer servicios adicionales al productor y no garantiza fidelidad; por lo general el productor no entra en contacto directo con los compradores.

Representante:

Realiza ventas en nombre del productor y suele obligarse a no representar más de una marca de cada tipo de producto, ayuda al productor a efectuar trámites y ampliar ventas en su zona y pone a su disposición los servicios de que dispone.

Distribuidor:

Bajo este canal de distribución se dispone de la red comercial y técnica del distribuidor, que por lo general cuenta con servicio de postventa. Tiene la capacidad de financiar para vender por su cuenta, comprando los productos directamente y financiando campañas publicitarias y promociones. Se puede tener el inconveniente de que al organizar su propia política de ventas en su zona, prefiera promover los productos que son menos interesantes para el productor, además, existe la posibilidad de que distribuya productos competitivos a los que les preste mayor atención.

Sucursales de Venta en el Exterior:

Esta opción le permite estar en contacto directo con el mercado y disponer de servicios e inventarios para satisfacer en forma directa los deseos de permanecer en dicho mercado en un plazo largo, ya que dicha operación requiere de elevados gastos de establecimiento, pago de salarios, contratación de personal nacional y extranjero y frecuentes viajes de control.

Ahora bien, existen otros métodos que suelen salir más económicos para el exportador nacional, es por ejemplo: la venta directa al usuario, donde se evitan gastos de intermediarios, realizándose el análisis de mercado por cuenta de la empresa, es decir:

- 1.- El exportador potencial para detectar el mercado, puede pedir información sobre el mercado interesado a través de Bancomext, Infotec, Cámaras de Comercio, Embajadas y en algunos casos en los Bancos se informa sobre los posibles compradores, sus direcciones y formas de hacer contacto etc...
- 2.- Se realiza una investigación de mercado; aquí puede enviarse a una persona especialista a realizar el estudio tal y como lo hace en el mercado interno o cuando la empresa no tiene la posibilidad de gastar parte de sus recursos, se utilizan ciertas actividades que a continuación se aconsejan:
 - a) Una vez identificado nuestro producto que vamos a exportar, se identificará el mercado elegido tomando como base la demanda externa del mismo, por ejemplo: si la empresa vende sweaters, buscará demanda digamos de Europa.
 - b) Para identificar mejor el mercado, se utilizará a la propia competencia del país importador, es decir, la empresa exportadora fungirá como compradora pidiendo a la competencia cotizaciones, muestras, calidad, etc... Es aconsejable no hacer contacto como empresa de México donde

existe diversidad de producción en sweaters, sino utilizar una comercialización de un país donde no hay este producto. De esta forma se observará si el precio de los sweaters mexicanos son competitivos con los del país importador, así como también en las condiciones de negociación.

- c) Con un análisis de este tipo y con una investigación de mercado en base a estadísticas no se determinará con exactitud la condición del mercado elegido, pero sí la empresa se podrá dar una idea de lo que podría significar comercializar el producto en ese país. Si se contara con un presupuesto que pudiera realizar la identificación del mercado elegido a través de intermediarios, sería aún más benéfico para el vendedor nacional.

Por lo tanto: la estrategia mercadológica es uno de los primeros pasos a seguir que debe tomar en cuenta, una empresa que tiene planeado hacer llegar sus productos a mercados exteriores, pues de ello dependerá que la exportación sea esporádica o constante, además servirá de base para cerrar y hacer las negociaciones con compradores futuros.

III. 4. Análisis de las Ferias y Exposiciones en el Extranjero.

Este tipo de mecanismo de promoción y venta, otorga grandes ventajas en poco tiempo a las empresas exportadoras que lo utilizan, ya que las ferias y exposiciones son escaparates especializados en los que gran cantidad de empresas de todos los países que exportan, exhiben, demuestran y hacen pruebas con sus productos, y son mercados también donde el exportador e importador se encuentran para negociar y oficializar transacciones de compra-venta.

Por tanto, es importante que el exportador mexicano utilice este mecanismo para exponer y vender sus productos, iniciar y consolidar relaciones comerciales y sobre todo, conocer, analizar y evaluar las condiciones del mercado de influencia de la feria o exposición, de manera más rápida, fácil y precisa.

Ahora, uno de los puntos que debe tomar en cuenta el empresario y a que se enfrenta es: Cómo elegir las ferias en las que conviene participar?

Para responder a la pregunta el exportador debe plantearse primero cuál es la finalidad que persigue a asistir a ella.

Es que tiene inutilizada una parte de su capacidad de exportación y quiere ampliar mercados?

Es que sólo pretende observar un mercado y ver las reacciones de los posibles compradores?

Quiere dar a conocer una marca a un gran número de clientes?

Es que se quiere establecer con muchos dirigentes de empresas en pocos días sin tener que realizar desplazamientos individuales? etc.

La finalidad del empresario llevará a éste a asistir a ferias y exposiciones del tipo que se requiera, pues anualmente se realizan en todo el mundo cientos de ferias y exposiciones de todo tipo. (*).

Por otro lado, cabe mencionar que cuando la empresa se inicia

(*) Granell op. cit. p 73.

en la actividad exportadora, es también recomendable participar en convenios o acuerdos directos a través de muestras. (59)

Esta forma de venta al extranjero, es de resultados positivos pues el consumidor o comercializador de los productos, los tendrá físicamente en sus manos, los observará y analizará detenidamente comparándolos con los de la competencia, y podrá decidir en ese momento la compra de la cantidad que necesita.

Dentro de las ventajas que proporcionan al empresario exportador las exposiciones y ferias en el exterior se encuentran:

1. - Prueba de Mercado. - Además de las ventas que se realicen, se podrá averiguar en forma directa lo que piensan los agentes comerciales, los distribuidores y los posibles clientes finales de sus productos, de sus condiciones de venta como es volumen, tamaño, colores, etc.
2. - Análisis y evaluación de la competencia. - El empresario podrá hacer un análisis de los productos de la competencia para compararlos con los que él produce y conociendo también los precios, formas de pago, elementos de oferta que se presenten y los diferentes instrumentos de apoyo que reciben. Ello servirá al empresario nacional para afinar y adecuar su oferta, su política de promoción y venta a fin de no ser desplazado, sino con el propósito de permanecer en los mercados respectivos.
3. - Realización de ventas. - Pues son el lugar ideal para obtener y levantar pedidos, significando un gran ahorro de tiempo y recursos, por lo que se debe estar preparado para poder realizar dichas ventas.
4. - Selección y contratación de canales de distribución. - Ya que a estos eventos concurren representantes de empresas comercializadoras desde corredores hasta agentes, comisionistas, etc. . . El empresario mexicano podrá dialogar con ellos para investigar su importancia y posición en el mercado.

(57) Muestra. - Desde el punto de vista aduanal y comercial debe entenderse como aquella que represente el producto con sus características técnicas y comerciales, y que en el número cantidad o variedad indispensables se aprecien dichas características, y que en caso de ser internadas a territorio de un país, no puedan ser sujetas de comercio o lucro.

Por ejemplo: si se envían muestras de calzado, éstas deben ser de un solo pie ya sea derecho o izquierdo; si se envían telas, que sean por la cantidad de metros necesarias para apreciar sus características pero que estén con perforaciones a determinado espacio que les impidan ser comercializadas.

Cuando las muestras se porten con el promotor de ventas en sus viajes o en la participación en alguna feria o exposición, éstas no tendrán que ser desprovistas de su valor comercial, pues entrarán al territorio extranjero mediante el régimen aduanero de importación temporal, para demostración o exhibición.

El exportador que se inicia en estas actividades, deberá tomar en cuenta que no siempre es aconsejable, participar en ferias y exposiciones para exhibir y tratar de vender sus productos. Tal vez lo más aconsejable sea que la primera ocasión en que asista, lo haga en su carácter de observador, con apoyo de la investigación de mercado preliminar a la suscripción a la feria o exposición.

III. 4. 1. PRESENTACIÓN Y PARTICIPACIÓN.

La presentación y participación que se pueda realizar en las ferias y exposiciones en el extranjero es de dos tipos:

a. - Generales u horizontales. - Permite la exhibición de artículos de todos los sectores industriales, agrícola, ganadero, etc. . . Estos productos pueden agruparse por país, es decir en un pabellón nacional o en espacio-sección ferial, donde se exhiben todos aquellos productos originarios de un solo país productor. Puede hacerse ahí mismo una coordinación por clase de producto, tales como sección de productos químicos, para máquinas de oficinas, partes y refacciones automotrices, etc. . .

Estas ferias tienden a disminuir su número y frecuencia en países desarrollados, debido a que en ellos se realizan la mayoría de tipo especializado.

b. - Feria especializada. - Está dedicada a productos de una sola industria o grupo de industrias en particular, el acceso a la misma solamente se permite a empresas consumidoras, distribuidoras o representantes de productos que suelen importarse al mercado del país sede, y a aquéllos otros de su área de influencia. Esta clase de mecanismos es el que aumenta día a día, y su participación dentro del comercio es tan grande, que un porcentaje aproximado del 80% de las transacciones anuales de productos para algunas ramas industriales se llevan a cabo en las exposiciones y ferias verticales. Por ejemplo: calzado, productos alimenticios, artículos para deporte, automóviles y sus partes y refacciones.

Quienes se hallen en el pabellón con objeto de vender o acaparar la atención de compradores o de eventuales industriales que visiten la feria, interesados en fabricar bajo licencia el producto, deben tener un conocimiento profundo y tecnicado de la mercancía, con el fin de dar todas las explicaciones que los visitantes requieran. Facilitar catálogos y folletos suele dar buena impresión y facilitar operaciones.

En base a lo anterior, ya es más factible la realización de un Plan o Programa que contemple lo siguiente:

(A) Período anterior a la feria o exposición.

- Envío de muestras, catálogos, hojas técnicas o invitaciones internacionales a empresas exportadoras y consumidores finales, a representantes, comisionistas y otros canales de distribución.

- Estructurar un programa de visitas previas a la realización de la feria en el mercado o mercados de influencia con la ayuda de las consejerías comerciales.

- Mandar a diseñar los elementos de ambientación necesarios, de acuerdo al espacio que vaya a alquilar.
 - Preparar con la debida anticipación el empaque y embalaje de los productos y de los elementos de la ambientación para su envío a la feria o exposición, de acuerdo con las indicaciones que proporcione la entidad o empresa organizadora.
 - Solicitar los estímulos promocionales, que para envío de muestras, catálogos, folletos, alquiler de espacios y pasajes, otorga el Gobierno Mexicano.
- (B) Período de desarrollo de la feria o exposición.
- Llegar con anticipación al día de la inauguración, tanto para asegurarse que sus productos están debidamente exhibidos, como para resolver problemas que en ese sentido se presentan.
 - Identificarse con los representantes de Bancomext, tanto para darles a conocer el calendario y horario de los invitados específicos de la empresa que concurrirán, como para conocer a los funcionarios que podrán auxiliarlos en materia de tráfico, atención a los visitantes, facilidades de comunicación por teléfono o telex con su empresa, etc. . .
 - Realizar un análisis y evaluación de la competencia.
 - Realizar un programa de visitas a posibles clientes, representantes o distribuidores.
- (C) Período posterior a la feria o exhibición.
- Realizar los Trámites y gestiones necesarias para desaduanar aquellas muestras que hubiesen sido vendidas a efecto de que sean entregadas a los compradores, en su caso, o para que las muestras sean enviadas a las oficinas de la consejería en el país de que se trate, o a empresas interesadas en la compra de sus productos. Para estos efectos es conveniente contratar los servicios de un agente aduanal local y coordinarse con el personal de la consejería de nuestro país para estos propósitos.
 - Estructurar y desarrollar un programa de visitas a empresas importadoras con las que se hayan iniciado contactos con la materia, a efecto de entregarle las notificaciones de las condiciones de venta que hubiera necesidad de realizar y en una palabra, de continuar y terminar las negociaciones iniciadas.
 - Proveer lo necesario para que el embarque de catálogos, folletos, muestras o productos de empaque, de material de embalaje, etc., sea enviado a nuestro país, cumpliendo con las disposiciones aduanales mexicanas para la importación de muestras y consignándolo al agente aduanal que previamente se haya seleccionado.
 - Revisar y verificar los datos generales de domicilio, teléfono, etc., de las empresas que se hayan visitado, con el nombre y cargo de los contactos o funcionarios que se hayan atendido, coordinándose con la consejería comercial de nuestro país, para el envío de cartas de agradecimiento o de cualquier otro dato o informe, incluyendo muestras que sean enviadas posteriormente.

III. 4. 2. Financiación.

En la actualidad, el empresario mexicano tiene la oportunidad de participar en una amplia gama de actividades promocionales diferentes de la actividad publicitaria tradicional, al participar en ferias y exposiciones comerciales en exterior.

Por el lado del sector público, por ejemplo: se promueve tanto la compra de muestras como su envío, disponiendo de estímulos financieros y promocionales, a tasas, plazos, montos y condiciones competitivas con las que se rige el mercado internacional. Los primeros se canalizan a través de las diferentes instituciones de crédito, y los segundos los proporciona el Bancomext, aunque sabemos ya los trámites y trabas a que se debe de enfrentar la empresa interesada en ello.

Por el otro lado, existe la propia promoción que debe llevar a cabo la propia empresa a través de programas y mecanismos que logren influir sobre el mercado externo interesado, sobre las actividades de los intermediarios que comercializan la mercancía y sobre la decisión de adquisición de los consumidores potenciales. La mayoría de estas promociones que debe tomar en cuenta el empresario son aplicables además de la exportación a los mercados internos, generalmente para productos de distribución en masa. Algunos de ellos son:

- a. - Promociones a distintos niveles de distribución.
 - Distribución de unidades adicionales gratuitas, por cada cierta cantidad de unidades compradas.
 - Aumento en los márgenes de beneficio acordado.
 - Entrega de primas de rendimiento.
 - Conferencias y charlas de formación a distribuidores.
- b. - Promociones tendientes a influir sobre el consumidor.
 - Rebajas de precios.
 - Obsequios de muestras gratuitas del producto.
 - Participación en concursos utilizando cupones incluidos en los paquetes de los productos.
 - Presentación de los productos en embalajes o embase posteriormente utilizables, vasos, recipientes de cocina, etc. . .
 - Entrega de vales y sellos que permiten obtener regalos a quienes consiguen reunir un determinado número de aquéllos.
 - Inclusión en los paquetes de pequeños obsequios o de vales canjeables por ellos, juguetes de plástico desmontables, medallas, sellos, etc. . .
 - Puesta a la venta de paquetes compuestos de varios productos de igual o distinto tipo a un precio global inferior al correspondiente a la suma de los precios normales unitarios, etc.

La forma de promover los productos mexicanos en mercados exteriores no sólo se realiza a través de ferias y exposiciones comerciales, sino que también se puede promocionar las mercancías mexicanas a través de misiones comerciales, viajes de promoción comercial, misiones de compradores.

Por ejemplo: en las misiones comerciales se organizan a través de las consejerías comerciales, programas de entrevistas con compradores potenciales interesados en los productos a

exportar. En las misiones de compradores se tienen programadas visitas de grupos de compradores de diversos países que viajan a México con el propósito de conocer la oferta de productos de la planta industrial mexicana y negociar directamente con el exportador; para estos grupos se coordinan programas de entrevistas, acordes a los intereses de cada uno de los importadores con la contraparte mexicana.

Los viajes de Negocios y de promoción sitúan al exportador en el mercado externo, puede servir de etapa inicial para abrir las puertas a mercados externos, permitiendo en un mediano plazo, tener contactos personales reales con los posibles compradores ya que en un momento dado identifican a la empresa, saben quiénes son, a qué se dedican, qué tipo de producto producen en dónde se está ubicado, o sea que muchas veces aunque no necesariamente se obtenga un pedido y se hayan realizado gastos grandes por el viaje, resulta más redituable a la larga pues permite que conozcan nuestra empresa en el exterior. El viaje de promoción también permite conocer de cerca el mercado de competencia, las diferentes campañas de promoción, las características físicas etc. lo que permite sustituir muchas veces la realización de largas y costosas investigaciones de mercado.

III. 4. 3. Asesoría.

En el aspecto de asesoría para hacer llegar los productos nacionales a mercados internacionales, se manejan dos tipo de mecanismos, el privado y el público.

En el primero, realmente el que realiza todo lo operativo es el intermediario comercial contratado por la empresa, es un mecanismo ágil, con buenos resultados, con arraigo y conocimiento en este tipo de acciones pero su inconveniente es que su costo es alto. En el segundo se realiza a partir de la tramitación correspondiente en entidades públicas como es Bancomext y Sociedades Nacionales de Crédito, el cual representa muchas veces pérdida de tiempo para la empresa, y obstáculos burocráticos, aunque su costo es bajo y la asesoría y servicio prestado es profesional y experimentado, ya que además cuenta con consejerías comerciales en distintos países del mundo.

Dentro de la Asesoría que se puede encontrar en estas instituciones al respecto se encuentra:

- Asesoría relativa a las especificaciones del evento:
Nombre, ubicación, fecha, costo, visitantes y productos que se producen.
- Información de eventos internacionales que están fuera del programa, asesoría y apoyo para envío de muestras y la participación de dichos eventos de manera individual.
- Asesoría y apoyo en el diseño arquitectónico y construcción de módulos de exhibición de productos, para ferias y exposiciones internacionales.
- Asesoría en cuanto a requisitos a cumplir para poder introducir los productos a los países sedes del evento.
- Asesoría en cuanto a lo operativo de venta dentro de la exhibición pues no en todas las ferias y exposiciones se lleva el mismo procedimiento, ubicación del módulo, forma de hacer llegar los productos a la feria, etc.

CAPITULO IV

ALTERNATIVAS Y SUGERENCIAS A SEGUIR PARA AGILIZAR Y DINAMIZAR LAS EXPORTACIONES

La detección de obstáculos en la Operatividad, Asesoría y Promoción de nuestro Comercio Exterior, hace necesario realizar dos tipos de acciones; por un lado es conveniente plantear algunas alternativas a seguir por parte de la pequeña y mediana empresa, y por el otro lado es conveniente sugerir a las entidades públicas de comercio exterior algunos elementos que permitan agilizar y dinamizar en lo posible nuestras exportaciones nacionales.

Dar una respuesta inmediata a lo anterior no es fácil, pues la economía mexicana se encuentra en un periodo de lucha contra la crisis existente y vislumbra además un proceso de cambio en nuestra estructura de comercio internacional.

Existen barreras y obstáculos muy serios y profundos que dificultan sus soluciones, sin embargo, la visión global que ha dado la presente investigación, al respecto, permite exponer y ofrecer más objetivamente algunos aspectos e ideas que permitan en alguna forma dinamizar y agilizar nuestras exportaciones buscando alcanzar una máxima eficiencia de los procesos operativos y promocionales con el fin de seguir desarrollando esta actividad en un futuro cercano.

IV.1. Alternativas a seguir que atañen directamente a la empresa.

Según el análisis realizado en el capítulo III de esta investigación, las barreras y obstáculos percibidos en la operatividad de exportaciones por parte de la empresa, hace necesario plantear alternativas a seguir por ésta, que influyan en forma directa sobre aquellos problemas que se presentan con mayor frecuencia. Es necesario remarcar que este tipo de alternativas atañen directamente a la empresa; su realización y resultados dependerá en gran parte del interés que pongan en ello las mismas.

Mentalidad Exportadora (eficiencia, productividad y competitividad).

El cambio que se está realizado dentro de nuestro Comercio Exterior a través de la racionalización comercial, apertura comercial y diferentes apoyos de fomento a la exportación, buscan modificar la mentalidad exportadora existente en el empresario, busca a través de estos estímulos, cambiar esa mentalidad exportadora temerosa de salir a competir a los mercados externos sin orientación y apoyo, busca orientarlas y estimularlas para que puedan en base a una buena capacidad física, económica y administrativa garantizar el éxito de sus exportaciones.

Ahora bien, es recomendable tener en cuenta dentro de esta mentalidad que:

Exportación = Seriedad (producto + calidad + cantidad + precio)

Por tanto, el pequeño y mediano empresario, debe tener en cuenta para dar bases sólidas a esa mentalidad lo siguiente:

MENTALIDAD EXPORTADORA EN LA PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA (60)

- 1.- **NO COMIENZE A EXPORTAR SI NO ESTA DECIDIDO A RESERVAR DETERMINADA PARTE DE SU PRODUCCION PARA EL MERCADO EXTERNO.** Exportar exige continuidad y no puede ser considerada simple válvula de seguridad para las épocas difíciles del mercado doméstico.
- 2.- **ESTE DISPUESTO A INVERTIR EN LA ORGANIZACION DE SU MERCADO EXTERNO.** Sin investigación de mercados, sin la selección cuidadosa de agentes; sin definir el consumidor que pretende atacar y sin conocer las exigencias de cada mercado, podrán ser sólo realizados negocios esporádicos, nunca duraderos.
- 3.- **NO TRABAJE CON AFICIONADOS.** Coloque un profesional experimentado al frente de su departamento de exportaciones. Esta persona debe hablar las principales lenguas del comercio internacional y deberá tomar las responsabilidades por un sector que no puede merecer apenas de vez en cuando, las atenciones de un director ya sobrecargado por la administración de otras áreas de la empresa. Exportar exige dedicación integral.
- 4.- **NO NOMBRE COMO REPRESENTANTE EN EL EXTERIOR A PARIENTES, AMIGOS O CONOCIDOS QUE NADA ENTIENDEN DEL RAMO NI CONOCEN A LOS COMPRADORES.** Aunque sea más demorado, procure el mejor profesional que pueda encontrar, una persona que conozca el producto y la clientela y examine con cuidado las "oficinas de asesoramiento en exportaciones" pues éstas nada saben de su producto y en ocasiones no disponen de personal experimentado.
- 5.- **UNA VEZ ESCOGIDOS SUS REPRESENTANTES.** Oficina de asesora--- miento, consorcios o trading que cuidarán de sus exportaciones, desles la exclusividad en su territorio, por lo menos uno o dos años, muchas veces es el tiempo que se lleva para introducir un producto y conquistar un mercado. No hay nada más perjudicial para la imagen de un exportador que entrega listas de precios y muestras a varios representantes en la misma área, no inspira confianza al comprador.
- 6.- **DETERMINE CON CUIDADO SU PRECIO DE EXPORTACION.** Si tuviera dudas consulte su técnico. Utilice con perfecto equilibrio, en caso de que los hubiese, los incentivos concedidos a la exportación, pues es necesario presentar de salida el precio más ventajoso posible, teniendo en cuenta el precio existente en los demás países y en los productos competitivos. El exportador que intente obtener precios altos, para después reducirlos no consigue vender, causa pésima presencia comercial y se torna fácil víctima de presiones.
- 7.- **NO ESPERE RESULTADOS INMEDIATOS Y GRANDIOSOS.** La introducción de un nuevo proveedor en los mercados tradicionales acostumbra llevar algún tiempo.

(60) Bufete Internacional de Intercambio, S. A. de C. V.
Estrategia de Mentalidad Exportadora, Dic. de 1988. Blvd.
A. López Mateos 175 Mixcoac, México, D. F.

8. - CONCIENTICE A LOS DEMAS DEPARTAMENTOS DE SU EMPRESA DE LA IMPORTANCIA DE LA EXPORTACION. Ella representa muchas veces una verdadera revolución dentro de la fábrica: racionalización de la producción, fabricación de modelos especiales, control de calidad más riguroso, modificación de embalajes, etc., existiendo por lo tanto una resistencia natural en la empresa contra las innovaciones y en algunos casos hay resistencia hasta del propio personal que cuida del mercado interno, pues considera el sector de exportación un competidor dentro de la firma.
9. - CUMPLA SU PALABRA. Responda con prontitud la correspondencia recibida del exterior, lo mismo que el asunto tenga o no mucha importancia. Jamás suministre mercancías que no correspondan a la muestra. Embarque rigurosamente dentro del plazo previsto, aunque cueste mas caro el transporte no haga promesas que no puedan cumplir.
10. - PAGUE AL DIA LAS COMISIONES DE SUS AGENTES, PUES DE ESO ELLOS VIVEN Y SUS GASTOS SON ELEVADOS. Manténgalos informados sobre los planes y programas de su empresa. Asesóreles las cuotas que podrán vender en su territorio el próximo semestre o año, pues los grandes clientes compran una o dos veces por año y no se debe desperdiciar las épocas de compra. No acapare un mercado haciendo negocios por atrás de sus agentes. Atienda con rapidez y honestidad eventuales reclamaciones. No sea duro con las muestras, especialmente al inicio; la liberalidad en el suministro de muestras puede ser decisivo.
11. - POR ULTIMO, RECUERDE QUE SU EMPRESA SE ESTA INICIANDO EN LAS EXPORTACIONES Y QUE NADA SE COMPRA DE FAVOR. Sólo hay una razón para que alguien comience a comprar de un proveedor nuevo y distante: su mejor precio, calidad aceptable y atendimento por lo menos tan eficiente como a sus clientes tradicionales.

Por ello, el seguir fomentando el deseo de una mentalidad exportadora optimista en el sector empresarial, a modo de transformar al país en una nación con presencia plenamente en los mercados internacionales, es una alternativa viable a seguir.

Interés empresarial propio para obtener una asesoría adecuada:

La falta de comunicación entre la pequeña y mediana empresa y la orientación y asesoría que se da por parte de las instituciones relacionadas con el Comercio Internacional, ha creado en la parte empresarial una mentalidad de desinterés propio por el conocimiento de los medios de información y asesoría existentes.

La mayoría de los empresarios busca que el Gobierno lo haga exportador de la noche a la mañana, pero es muy importante remarcar que la exportación es un negocio, el que quiere exportar lo que hacer informándose y asesorándose por cuenta propia utilizando los medios de apoyo existentes.

Ahora bien, para utilizar otros medios de información y

orientación, en el capítulo II de esta investigación se hacía referencia para acudir a Bancomext, Infotec, Secofi, etc. Pero para que esta alternativa realmente oriente al involucrado con quién ir?, a qué lugar acudir?, qué trámite debe seguir?, etc., se muestra a continuación algunas instituciones a acudir, así como su localización y algunas de sus funciones.

El cuadro No. 10 da una opción a la empresa, para dirigirse por propio al lugar específico donde según el caso se desea el servicio, evitándose con ello pérdidas de tiempo de estar acudiendo de un lugar a otro y evitarse la molestia de acudir con personal administrativo burocratizado, que muchas veces no hacen más que confundir al solicitante.

Otras soluciones alternativas:

Existen otras alternativas a seguir que según objetivos y necesidades de la empresa, se pueden realizar, es decir, aquí se hace referencia a empresas que desean en realidad participar en las exportaciones nacionales y que les falta una asesoría e información específica respecto a algunos elementos que deben manejarse internamente para exportar en mejores condiciones.

Algunas de estas alternativas a seguir son:

A.- Instruir a personal especializado de la empresa en cuestiones de Comercio Exterior, participando más activamente en talleres y cursos. Muchas veces sus costos son altos, pero puede buscarse la posibilidad de obtener medias becas o algún tipo de facilidad, ello beneficiaría en mucho a la forma de operar de la empresa. En realidad, es muy recomendable y útil acudir a estos eventos, pues por lo menos mantienen actualizada a la empresa en diversos temas de comercio internacional, lo que les puede redituar beneficios al diseñar o crear mejores estrategias comerciales.

Los lugares donde generalmente se hace la invitación a participar en dichos cursos se ubican en la PB de Secofi (departamento de publicaciones) o en la PB de Bancomext (periódicos murales) o bien se puede pedir información directa sobre el calendario de cursos a realizar en el año, en Bancomext do. piso a través de su Centro de Estudios en Comercio Internacional. Telfs. 652-66-02 y 568-21-22 ext 1607-1636.

A falta de asistir a estos cursos, es importante tener en cuenta como alternativa a seguir para estar informado, el consultar investigaciones y publicaciones diversas en este campo de actividad.

B.- Ante la falta de asesoría a empresas que inician en la actividad exportadora por parte de entidades públicas, la empresa tiene que tener el conocimiento de la utilización de una estrategia mercadológica acorde a sus condiciones, ésta debe de ser continua y con una planificación adecuada a las condiciones existentes de los mercados externos en cada caso.

C.- Anteriormente también se planteó la alternativa de los viajes de negocios, misiones comerciales, viajes de promoción, etc.. Estos resultan ser una respuesta positiva a la problemática de conocer y abrir mercados a nuestros productos. No hay que olvidar que primero se debe dar a conocer nuestro

SECOFI

(zona sur)
Blvd. Adolfo López Mateos
No. 3025 - Col. Héctor de
Padilla

**SERVICIOS
AL
EXPORTADOR**

- Devolución de impuestos de Importación a Exportadores
- Programa de Importación Temporal para Exportación
- Certificados de Origen para productos con preferencias arancelarias
- Exportación de Tecnología y Servicios de Ingeniería y Construcción
- Permisos de Exportación
- Apoyos a Empresas de Comercio Exterior
- Operaciones de Intercambios compensados y trueque
- Promotores de Exportación

**SERVICIOS
AL
IMPORTADOR**

- Permisos de Importación definitiva de mercancías
- Permisos de Importación Temporal
- Autorización de Entidades Públicas para adquisición de bienes extranjeros.
- Denuncias contra prácticas desleales de Comercio Internacional

**SERVICIOS
EN MATERIA DE
CONTROL DE CAMBIOS**

- Autorización de gastos directos asociados a la Importación y Exportación
- Autorización de gastos indirectos asociados a la Exportación.
- Ampliación de Plazos de C.U.D. y C.V.D.
- Autorización de plazos extraordinarios de C.U.D.D.

INFOTEC

**CENTRO DE INFORMACION
SOBRE COMERCIO EXTERIOR**

Su Fernando No. 38 - Col. To-
siles, Los Cuernavaca, Tlaxcala

Guías y manuales prácticos para la Exportación
Tarifas y nomenclaturas arancelarias
Documentos de Importación y Exportación
Documentos sobre fabricantes y distribuidores
Estadísticas de Importaciones y Exportaciones
Leyes, reglamentos, convenios y acuerdos.
Normas
Información sobre países
Terminología Comercial
Informes sobre la Industria Maquiladora
Calendario de Eventos Internacionales.
Otros .

**BIBLIOTECA ESPE-
CIALIZADA SOBRE COMER-
CIO EXTERIOR.**

Cerrada Malitzin No. 28
Col. del Cuernavaca Cuernavaca

BANSCOMEXT

**BANCO NACIONAL DE
COMERCIO EXTERIOR**

Carino a Sta Teresa #1674
Jardines del Pedregal

Todas las servicios mencionados
en nuestro apartado II.3.1. de
esta investigación.

SECOFI

**SRIA DE COMERCIO
Y FOMENTO INDUSTRIAL**

Alfonso Reyes No. 30
Col. Ex-Hipódromo
Ciudad de México

Ventanilla Única :
Atención en Trámites
Regímenes Comerciales
Tráfico Internacional
Programas de Exportación
Asuntos Cambiarios de Com. Exterior
Registro de Importadores y Exporta-
dores

**DIRECCION GENERAL
DE ADUANAS**

Av. 20 de noviembre
No. 195 - Centro.

Apesos y análisis del "PITEX"
Documentos para acreditación jurídica
de la empresa.
Permisos especiales de Importación
Muchos otros.

**SRIA. DE PESCA
(SEPESCA)**

Alvaro Obregón 269
2º Piso. Zona Sur.

Permisos para Exportar algunos pec-
cultivos del Mar, como es el camarón,
Langosta, sardina etc.

**ASESORIAS
DE
COMERCIO EXTERIOR**

**SOCIEDADES
NACIONALES DE CREDI-
TO**

(Según la cual la empresa
trabaja)

Carta de Crédito Internacional
C.U.D.D. y C.V.D.
Solicitud DIMEX.
Apesos a Exportadores directos
e indirectos.

**SRIA. DE AGRI-
CULTURA Y RECURSOS
HIDRAULICOS (SARH)**

Calle Progreso 100
Zona Pu. Universidad

Autorizaciones de Exportación
e Importación de vegetales
animales y sus productos pri-
marios en recreo no. 2 a una cuadra
de Río Mixcoac esq. Ins. Sur.

**SRIA DEFENSA
NACIONAL (S.D.N.)**

Blvd. Manuel Avila
Camacho - Loggia

Autorización de Importación o
Exp. armas, explosivos, municiones
etc.

OTROS :

Camara de Comercio
Americana. A.C.

Lucerna No. 78.
Col. Juárez.

producto con sus cualidades y características (hay que preguntarse: ¿Qué productos quieren ustedes?), y después promocionar la marca de nuestro producto (se vende este producto con tal marca, a tal precio).

D. - Otra de las áreas de importancia para el logro de objetivos de exportación que debe tomar en cuenta la empresa además de una buena estrategia mercadológica es el área de producción. Pues es la que podrá mediante el diseño, tecnología, control de calidad y control de costos, el lograr desarrollar los productos competitivos en calidad y precio que se exportarán.

Por tanto: corresponde a cada empresa volver más eficiente en su proceso de producción y aprovechar los estímulos que rige nuestra política económica como es por ejemplo: la subvaluación del tipo de cambio, los aranceles de importación bajos, etc. . . Para ello, la pequeña y mediana empresa deben contar con otro tipo de alternativa en caso de que su capacidad productiva, económica y administrativa no sean suficientemente adecuadas para participar en exportaciones; esta alternativa aconsejable de utilizar es la formación de Concentraciones Empresariales del mismo ramo productivo o producto. Se forma una empresa-centro que tenga la posibilidad de competir en el exterior, pero manteniendo a la vez la individualidad de cada empresa miembro. Es lo que se denomina la formación de un Consorcio de Exportación.

La formación o agrupación de productores a través de un consorcio de exportación dependerá de las negociaciones a que se llegue con los otros productores, en base a su régimen contractual, éste puede ser por comisión, consignación y compra-venta, a través de una marca, etc. . .

Es recomendable para este tipo de empresas y para otras, la agrupación mediante un consorcio, pues garantiza más aún la exportación y conservación en los mercados internacionales ya que:

- Tiene la posibilidad de agregar la oferta exportable en una mayor dimensión.
- Se aumenta el poder de negociación, además que se puede tratar directamente con los importadores.
- Se reduce costos de producción y exportación.
- Aumentan y mejoran los niveles de asistencia técnica.
- Aumenta el poder de captación financiera, etc. . .

No se trata aquí de demostrar que la formación de un consorcio de exportación es una tarea muy sencilla y fácil, por el contrario, se necesita que la empresa esté preparada para ello y que realmente tenga interés para hacerlo; se trata de mostrar al empresario que tiene otras alternativas a seguir en casos cuando se le orienta e informa que como empresa individual es incapaz de exportar.

Esta alternativa no está muy lejana para estas empresas, con un poco de optimismo e interés para asesorarse e informarse no sólo en Bancomext, sino en otros consorcios y cámaras de comercio, se pueden empezar a dar los primeros pasos para en un futuro cercano empezar a exportar.

E. - Se podrían mencionar otro tipo de acciones a seguir por parte de la empresa, pero ello dependería de los objetivos, necesidades y condiciones de la misma. Lo que si sería

importante sugerir en particular, por su eficiencia y versatilidad, el uso de sistemas de Banca Electrónica como mecanismo eficiente para el manejo de fondos a nivel internacional, medios que hoy están al alcance de empresas pequeñas y medianas.

IV. 2. Acciones que afectan directamente al sector público.

IV. 2. 1. Creación de canales de información y asesoría más eficientes.

Uno de los problemas de mayor importancia que se han abordado en la presente investigación, es la falta de comunicación adecuada para hacer llegar información y asesoría específica y oportuna a la empresa, sobre los diferentes mecanismos y apoyos que ha implantado el Gobierno de la República para incrementar nuestras exportaciones en petrolera.

El análisis de dicho problema, ha llevado como resultado, a sugerir acciones que permitan en lo posible, optimizar el uso de dichos estímulos y cumplir con sus objetivos para los cuales fueron elaborados. Algunas de estas acciones a seguir son las siguientes:

1.- Proporcionar una información y asesoría específica adecuada a las necesidades y condiciones de cada empresa, es decir, se plantea, la creación de departamentos independientes en las diferentes entidades públicas que no sólo informen sino que además asesoren a todas y cada una de las empresas exportadoras, así como a aquellas que empiezan a iniciarse en esta actividad.

No se trata de la creación de un módulo de información como los que existen en la PB de Secofi y Bancomext donde hay 1 ó 2 personas que no son especializadas y que en ocasiones ni se encuentran en su lugar; tampoco se trata de la poca información y asesoría que se da en la ventanilla única de Secofi al realizar un algún tipo de trámite. La idea principal radica en crear departamentos especializados que:

- a).- Informen de todos los servicios y trámites a realizar en cada una de las instituciones involucradas para cada caso.
- b).- Que orienten de una forma sistemática y real sobre los requisitos, aspectos administrativos, tiempo y posibilidades, esto último como adición para aquellas empresas que empiezan en este campo.
- c).- Que asesoren desde el llenado de una forma hasta la revisión de operaciones de financiamiento a la exportación, apoyo fiscal, promocional, etc..

Es conveniente remarcar la importancia que tiene el buen trato y servicio que se debe prestar al solicitante. Hablar con la verdad a la empresa, motivará la mentalidad exportadora al igual que se avanzará en el fomento y desarrollo de nuestras exportaciones.

2.- Crear en cada entidad pública relacionada con esta actividad, dentro de los llamados periódicos murales o murales informativos; cuadros sinópticos donde se expliquen direcciones y teléfonos de estas instituciones, así como los servicios que se prestan en ellas, ubicando y canalizando al solicitante el lugar específico de atención de acuerdo a sus necesidades.

3.- Sería conveniente seguir una estrategia propositiva y no de confrontación en la comunicación entre el sector público y el privado, es decir, crear, fundamentar y proponer iniciativas que mejoren la eficiencia del comercio exterior.

Estrategia a través de:

- a) La creación de comités de estudio e investigación de problemas concretos, cuyas propuestas se lleven al diálogo directo con las autoridades correspondientes; luego de su autorización y evaluación a nivel directivo, ofrecer mayor apoyo para su diseño, elaboración, implantación y difusión a la comunidad. Ello incluiría la realización de comités consultivos regionales con la participación de los exportadores organizados.
- b) Formación continua de foros de diálogo entre empresas y autoridades, que permitan confrontar opiniones y hacer luz sobre condiciones y problemas en un ambiente constructivo para facilitar la implantación de medidas concretas basadas en experiencias comerciales reales.
- c) Celebración continua de seminarios y eventos técnicos que permitan la difusión y estudio de problemas, presentando siempre a las autoridades las propuestas e iniciativas de ellos surgidas, así como el crear un canal para la presentación constructiva de problemas y quejas. Esto último es de suma importancia, ya que al hacerlas llegar a los directivos correspondientes, enriquecerá realmente el dinamismo y eliminación de trabas al comercio internacional.
- d) Celebración de convenciones a nivel nacional, regional e internacional para compartir experiencias, diagnósticos y enfoques que permitan aprovechar en un país, soluciones aplicadas con éxito en otros.

IV. 2. 2. Modernización Operativa y Administrativa de las Exportaciones.

Para superar los diferentes obstáculos que se crean en este aspecto, es necesario mejorar y renovar continuamente, los trámites, controles, procedimientos administrativos, etc., que son operados y utilizados en nuestro comercio externo.

Al respecto sería conveniente sugerir:

a) Continuar en forma profunda el proceso de simplificación administrativa y renovación moral dentro de las instituciones públicas, objetivos con que se llevaron a cabo, en la administración del Presidente Miguel de la Madrid Hurtado, necesitan seguir vigentes para la presente y las sucesivas administraciones gubernamentales.

b) Tomando como premisa lo anterior, se sugiere más específicamente, una reestructuración de los diferentes departamentos internos de cada entidad pública vinculada a nuestro intercambio comercial externo. Es decir, sería conveniente actualizar los mecanismos y procedimientos administrativos existentes, adecuándolos a las necesidades y condiciones reales, que demanda esta actividad, pues como se ha venido exponiendo a lo largo de esta investigación, se han creado y se seguirá avanzando a los diferentes programas de apoyo y fomento a las exportaciones no petroleras. De antemano se sabe que dicha reestructuración necesitará la aportación de nuevos elementos, necesitará una revisión profunda de los mecanismos actuales y requerirá por lo tanto, la realización de una evaluación de los posibles cambios. Sin embargo, se cree necesario que el proyecto de reestructuración administrativa debe abarcar cambios de fondo y no sólo de forma, entre otros cambios está:

1. La determinación de objetivos más acordes a la realidad y práctica administrativa, vislumbrándose más de cerca los diferentes problemas a los que se enfrentan exportadores e importadores. Lo anterior pretende realizar una planeación objetiva acorde a la operatividad real que se realiza en la práctica, o sea que, no se trata de realizar una planeación desde atrás de los escritorios de los ejecutivos.

Una estrategia con objetivos a corto y mediano plazo, permitiría tener un avance alentador en la operatividad administrativa de nuestras exportaciones.

2. En el aspecto organizacional. Descentralización de algunos departamentos de trámites internacionales, como es el caso por ejemplo de la banca múltiple, donde generalmente, todo trámite se centraliza directamente en sus departamentos internacionales dentro de cada institución, no diversificándose por tanto, los servicios que debería prestar, cada banco en sus sucursales. Es decir, sería conveniente que las sucursales se encargaran directamente de gran parte de los trámites, información y asesoría de exportación. Para ello, sería conveniente una profundización organizacional tomándose en cuenta:

- Una preparación y especialización sobre el tema a funcionarios encargados de prestar este servicio, y principalmente para el área financiera de exportación.
- Debe escogerse gente acorde con las necesidades existentes de los departamentos, delegándoles funciones y autoridad específica, además de coordinar y llevar una estrecha comunicación entre cada departamento interno, por ejemplo, en los bancos generalmente el departamento de financiamiento externo no sabe de los diferentes aspectos manejados con el departamento promocional, existiendo diferencias de tipo laboral y creando con ello atrasos y trabas a los diferentes trámites operacionales. Por tanto: debe de haber una mayor comunicación e interacción en las tareas de cada departamento.

Es necesario estar concientes de lo que acarrearían estos tipos de cambios, pues involucrarían depuración y cambio de personal y con ello problemas de tipo laboral para estas instituciones.

Pero, un verdadero saneamiento administrativo en las diferentes entidades públicas sólo se logrará trabajando con gente preparada y con un alto espíritu de servicio a la sociedad. La lucha contra la burocracia existente durante varias décadas es una lucha que no se puede vencer de la noche a la mañana, pero se logrará avanzar contra ella, siempre que se lleven estas actividades dentro del marco legal existente.

3. La actividad coordinadora de las direcciones deberá estar apegada a incentivar más la actividad laboral buscando obtener una mayor productividad del trabajador y una mayor satisfacción de las tareas del mismo. En muchos casos aunque los salarios son altos la gente no se incentiva ni se motiva debido a la existencia de un medio de trabajo inadecuado, el lugar donde se desarrolla el trabajo es incómodo, los medios de trabajo son obsoletos, etc... Es por ello necesario, que en el aspecto direccional se adecue más la conducción y dirección del personal y del medio ambiente de trabajo que les rodea.

4. El proceso de control como mecanismo de medición, evaluación y corrección, es el eslabón final en la cadena de la reestructuración administrativa, el adecuar este proceso a la operatividad actual en las exportaciones, permitirá tomar las medidas necesarias para corregir los diferentes problemas y obstáculos administrativos a los que se enfrenta el exportador.

Por ejemplo, los formatos administrativos que se muestran en el capítulo III, es donde se analiza lo inadecuado que son ciertos formatos que son manejados por empresas que por primera vez van a exportar, desalientan y quitan el interés de realizar otros trámites al solicitante.

Un mejor control administrativo puede crear medidas para su corrección, diseñando formas de detección de oferta exportable de acuerdo a la actividad y tamaño de la empresa.

Por tanto: la continuación es la simplificación administrativa y la renovación moral con base en una reestructuración acorde a las necesidades y condiciones actuales de operación de las exportaciones e importaciones, permitirá

agilizar y desarrollar más aún nuestras exportaciones no petroleras, atacando a uno de nuestros mayores problemas socioeconómicos: La corrupción.

Al respecto, y aunque aquí el pronóstico es algo arriesgado, cabe esperar que ante una mayor respuesta que dé el Gobierno de la República para mejorar y consolidar la operatividad administrativa en nuestro comercio exterior, el comerciante optará por realizar todos sus trámites como se marca en la Ley, pagando sus impuestos y derechos olvidándose de seguir fomentando este conocido problema.

Resultados alentadores se obtendrían al llevar a cabo una reestructuración administrativa-operativa en las aduanas mexicanas, ya que ante una adecuada Planeación administrativa, se evitarían problemas como el de la corrupción en los vistas aduanales, entrada ilegal de mercancías externas al país, evasión fiscal, etc., que afecta directamente a nuestra Balanza de Pagos y en consecuencia a nuestra economía nacional.

IV. 2. 3. Estrategia promocional indiscriminada.

Al realizar una mejora en los medios utilizados para promocionar los diversos mecanismos de apoyo y estímulo a la exportación en México, y el llevar éstos en forma indiscriminada a todas las empresas, sectores y productos de la economía actuando en favor no sólo de empresas Altamente Exportadoras: es una acción de gran importancia que repercutiría en forma positiva en nuestras ventas externas de productos no petroleros, creando a su vez en un mediano plazo, una expansión de nuestra planta productiva participando en ello otras empresas exportadoras y generando por tanto mayores divisas para nuestro país.

El problema según hemos apuntado, radica en que no se trata de fomentar la exportación sólo en los sectores más dinámicos de la economía nacional, sino también poner gran interés en promocionar los productos no tradicionales, haciendo necesario el apoyo, promoción y estímulo a la producción exportable y no sólo al producto exportable.

Algunas sugerencias para que se puedan realizar mejoras promocionales son:

1. Es necesario, como ya se mencionó anteriormente, dar apoyo financiero, asesoría, facilidad administrativa, etc., a otras empresas exportadoras. Se da un mejor trato a empresas altamente exportadoras ya que éstas garantizan una mayor entrada de divisas a nuestro país; ese mismo trato e interés se le puede dar a otras empresas exportadoras (pequeñas y medianas) que en un futuro cercano también aporten una mayor cantidad de divisas.

Aquí no se trata de dar un mejor servicio O preferencia a empresas altamente exportadoras, sino de seguir mejorando el servicio pero con igual atención y trato para todos los tipos de empresas, es por tanto necesario unificar este tipo de apoyo. Lo anterior garantizará a largo plazo una mayor estabilidad en nuestra Balanza de Pagos, en momentos en que llegara a atenuarse la crisis existente.

2. Quizá no todos los productos tengan la posibilidad de poder competir en el extranjero, pero el Gobierno Federal podrá la realizar estudios, investigaciones y proyectos por rama económica y tipo de producto, para determinar la posible potencialidad de cada empresa, ello permitirá ir diversificando nuestra planta productiva.

3. Una vez establecida la estrategia de igualdad o interés promocional para todo tipo de empresas, ser la conveniente intensificar aún más, la publicitación que se da a los estímulos y apoyos que se ofrecen a la actividad exportadora, o sea, es necesario despertar el interés del empresario por exportar sabiendo llevar el mensaje a éstos. Para lo anterior se sugiere lo siguiente:

a) Mejor utilización de los medios de comunicación para hacer de su conocimiento del empresario, la existencia de mecanismos y estímulos que se dan a la exportación, es decir, es necesario buscar una mayor eficiencia en la forma de hacer llegar el mensaje a los empresarios tratando de generar en éste una motivación para acudir a las distintas entidades públicas de comercio exterior para informarse y asesorarse al respecto.

Basta escuchar en la radio o en la televisión la publicidad o promoción a la exportación, en ella sólo se destaca la importante participación financiera que realizan los bancos con respecto a la exportación, por ejemplo: Serfin "el océano es la unión de 2 continentes a través del comercio internacional", Bancomer y Banco Internacional son la base de desarrollo a través del apoyo financiero a las exportaciones.

Sería benéfico también mencionar, que el Gobierno Federal ha creado diferentes mecanismos para el fomento del comercio externo, como el DIMEX, PITEX, DRAW-BACK, etc. . . Así como, sus beneficios, ello puede despertar el interés en los empresarios.

Quizá se necesite la más tiempo para cada anuncio, pero éstos se pueden adecuar al tipo de mensaje o también se pueden realizar distintos comerciales. Lo importante es que se conozca la existencia de estos estímulos y se aprovechen al máximo, pues para eso fueron creados, para fomentar y promover nuestras exportaciones no petroleras.

b) Creación de un catálogo o revista donde se muestren las publicaciones más recientes, más importantes y de mayor utilidad para el exportador e importador. Su publicación podrá la estar a cargo de Bancomext o de la Secofi, realizando su distribución en las distintas instituciones vinculadas a este campo, así como en las instituciones bancarias. Podrán ser gratuitas o con un costo bajo para su fácil obtención.

c) Motivar e incentivar a otro tipo de revistas, a la publicación dentro de las mismas, de temas e información referente a los apoyos y estímulos existentes dentro de la exportación.

d) Crear talleres y cursos especializados en comercio exterior mexicano, en diferentes instituciones y con un costo bajo, para que cualquier persona tenga la oportunidad de participar en ellos. Por ejemplo, en universidades, en la SEP, etc. . .

e) Sería benéfico también apoyarse en la creación de Expo-orienta a nivel estatal, regional y nacional, aunado al establecimiento de módulos promocionales e informativos en los principales centros comerciales o zonas industriales.

IV.3. Aspecto internacional.

La apertura y liberación comercial como instrumento de política económica al igual que diversos apoyos para el fomento de exportaciones, ha creado resultados alentadores, para nuestra economía nacional, esto también puede permitir en los países de América Latina, obtener resultados semejantes a los que ha tenido nuestro país.

Sin embargo, las condiciones en las que se enmarca el Comercio Internacional, reclama un mejor manejo y mejor adopción de las políticas económicas encaminadas a fomentar nuestras ventas externas, por lo que se plantean a continuación, algunas sugerencias que pueden contribuir a la realización de este objetivo:

1. Un elemento principal que debe tener continuidad en nuestra política comercial, es el seguir obteniendo avances y logros positivos en nuestras negociaciones internacionales como es por ejemplo: con el GATT, acuerdos regionales y bilaterales no sólo con el bloque capitalista sino también en mayor medida con el socialista.

Por ejemplo: un aspecto que debe resolverse a futuro, son las Negociaciones Ministeriales (extraoficiales) que se realizan entre países desarrollados y subdesarrollados con respecto al sector servicios (Bancos, Seguros, Aftanzadoras y Sociedades de Inversión), las cuales han tenido una serie de interminables revisiones en la llamada Ronda Uruguay (GATT). Sus ventajas y desventajas para estos 2 tipos de países dependerá en gran medida de la forma en que se reglamente, se controle y acuerde este aspecto. Pero más dependerá de los países subdesarrollados el protegerse de los grandes intereses que buscan ganar en ellos los países poderosos.

2. El intensificar la promoción de productos mexicanos en mercados extranjeros como es el Bloque Socialista es un aspecto que deberá seguir operándose en favor de nuestras exportaciones.

Los países occidentales muchas veces caen en el error de comercializar sus productos en mercados saturados como son los de los países capitalistas como E. U. A., Gran Bretaña, Francia, etc., donde existe una gran competencia y donde sus consumidores son muy exigentes en cuanto a la calidad y precio del producto. Los mercados cautivos no suelen ser tan exigentes, buscan productos nuevos por lo que es más fácil introducir nuestros productos a dichos mercados puesto que no existe mucha competencia; estos mercados a los que nos referimos son los de la órbita socialista, inclusive en la URSS, se está llevando a cabo un cambio en su

estructura económica, política y social permitiéndose la entrada de ciertas mercancías provenientes de exportadores capitalistas.

Otra ventaja que se tiene al tratar de establecer acuerdos con estos países, es que en cuestión de costos y gastos para la detección de la situación del mercado, no es necesario hacer investigaciones de mercado tan profundas y con altos costos como generalmente es en los países capitalistas, pues no hay que olvidar que en los países socialistas el Estado Rector Planificador, tiene datos e información diversa sobre los hábitos de consumo de sus habitantes, por lo que además también resulta más fácil realizar promoción de nuestras productos a través de ferias y exposiciones comerciales.

Esta es una muy importante opción que debe tener en cuenta el gobierno de la República para el futuro crecimiento de nuestras exportaciones.

3. En la actualidad, el comercio a nivel mundial entre países subdesarrollados representa alrededor del 10% del total. El comercio de México con los miembros de la Asociación Latino-Americana de Integración (ALADI) registra cifras muy pequeñas. En 1987 las exportaciones significaron sólo el 4% del total exportado y las importaciones el 2%, de aquí que sea importante que el gobierno mexicano busque nuevos mecanismos con países de la región, que permitan una mayor integración comercial, financiera y cultural.

Por tanto: sería conveniente plantear un nuevo enfoque en la estrategia y política de promoción de exportaciones en América Latina.

En el futuro deberán buscarse fórmulas que fortalezcan el comercio y generen flujos de divisas, que a su vez, sirvan como activadores del mismo comercio, utilizando los mecanismos financieros actuales.

El establecimiento de líneas de crédito recíprocas (61), como complemento de los convenios de pago entre bancos centrales, mediante los cuales todos los países de la región se ofrezcan financiamiento en condiciones preferenciales, es una idea concreta que podría ayudar a estimular los flujos comerciales. Busca que el financiamiento y la transferencia de recursos se

(61) Bancomext ha establecido líneas de crédito recíprocas con instituciones financieras oficiales de diversos países, estos créditos tienen el propósito de facilitar la importación de bienes y servicios indispensables para la elaboración de bienes exportables. Parte del principio de que para exportar es necesario importar, pues a medida que se eleva el nivel de sofisticación de un bien de exportación, es decir, a medida que aumenta su valor agregado, resulta más difícil fabricar todos sus componentes de manera eficiente en un sólo país. Para la importación de insumos como componentes, refacciones y maquinaria.

oriente de los países de mayor desarrollo económico relativo hacia los países de menor desarrollo económico relativo. Los países superavitarios estimularían a sus importadores a comprar productos de países deficitarios de la región, contribuyendo así a generar mayores corrientes comerciales. Es también conveniente que los países del área exploren con instituciones mundiales como es el Banco Interamericano de Desarrollo y Banco Mundial, las posibilidades de expandir estos mecanismos financieros y crear nuevos que apoyen al comercio de la región.

A continuación se sugieren otras acciones a seguir en torno a la integración comercial y financiera de Latinoamérica, algunas ya se han ventilado en diversos foros, sin embargo, vale la pena reiterar:

- a) Lograr el consenso político y diseñar la estrategia comercial más adecuada para Latinoamérica desviando comercio hacia la región.
- b) Analizar las diferentes formas no convencionales de comercio exterior, a efecto de identificar las más convenientes para fortalecer el comercio en América Latina. Por ejemplo: el intercambio compensado en el que ya existen experiencias así como en apoyos recíprocos en materia de comercialización, que permitan en un futuro cercano la creación de empresas comercializadoras binacionales y multinacionales, con base en una estructura de intercambio compensado.
- c) Avanzar decididamente en la eliminación de las restricciones no arancelarias al comercio de la región, como incentivo adicional para la desviación del comercio.
- d) Combinar aspectos comerciales con una nueva estrategia industrial para identificar sectores prioritarios, donde podrían más fácilmente ponerse en práctica proyectos de complementariedad productiva e integración.
- e) Alcanzar un mayor conocimiento y utilización de los acuerdos de alcance parcial por parte de los empresarios latinoamericanos, reconociendo sus limitaciones, para adecuarlos a nuevas circunstancias y condiciones que enfrenta la región.
- f) Fortalecer los acuerdos de compensación y créditos recíprocos, así como esquemas de cooperación en el ámbito del fomento de la promoción y financiamiento directo de las compras interregionales, con el apoyo del Banco Interamericano de Desarrollo y del Banco Mundial.

IV. 4. Otras acciones concretas de acción.

Existen otros tipos de aspectos que necesitan ser tomados en cuenta a la vez, tanto por el sector público como por el sector privado. Estos son:

1.- El Gobierno de la República y el sector privado tienen la tarea de crear estímulos y programas que alienten la inversión en ramas productivas e infraestructura que permitan hacer crecer nuestro comercio externo. Por ejemplo: sería conveniente seguir asignando recursos por ambas partes para la expansión de infraestructura de servicios como es el caso de la nueva carretera de San Blas en el Estado de Nayarit, carretera de tipo privado-público.

2.- Con trabajo y apoyo común, pueden crearse Consorcios de Exportación Mixtos, es decir, con empresas de tipo público a las que no se les da mucha prioridad en el presupuesto de egresos de la Federación y empresas pequeñas y medianas de tipo privado se podría expandir producción al extranjero en ciertas ramas.

3.- Es necesaria una mayor comunicación entre ambos sectores para la creación de un marco legal completo actual, que abarque en lo posible, todos los aspectos relacionados con el comercio exterior mexicano.

La triangulación de mercancías en la exportación y comercialización a través de países paraísos fiscales, es un mecanismo operativo actual que no ha podido controlarse y que implica un flujo enorme de divisas que no se contabilizan en nuestra balanza de pagos.

4.- El mayor dinamismo y facilidad que se le de a nuestras exportaciones recae en ambos sectores, pues debe de abocarse a la tarea de seguir creando nuevos incentivos y mecanismos que permitan hacer más operable esta actividad. Aquí se hace referencia principalmente a aspectos informativos, operativos-administrativos, promocionales, etc. . .

5.- Es conveniente realizar una mayor concertación entre ambos sectores para que se norme la operación de convenios bilaterales del transporte de comercio, principalmente en el marítimo, ya que en términos porcentuales, el 92% del total del comercio exterior mexicano se mueve por agua. Ello evitaría abusos frecuentes en el alquiler de transportes, en los seguros, y en las aduanas, pues actualmente se afecta con mayor frecuencia a la transportación de mercancías de medianas y pequeñas industrias.

CONCLUSIONES

I. - Al analizar las políticas económicas relacionadas con nuestro comercio exterior, hemos encontrado un gran cambio estructural a partir de 1983, con la administración del Presidente De la Madrid, cambio que permitió romper con el proteccionismo comercial tradicional que se venía manifestando desde los años 50 hasta 1982, logrando después de varias décadas que nuestro saldo en balanza comercial fuera y siga siendo superavitario. Ello es importante para nuestra economía pues ha permitido participar mayormente en los mercados exteriores no sólo con el petróleo, sino con la calidad y precio de nuestros productos manufacturados. Ha permitido no depender exteriormente de los ingresos generados de un sólo producto, ingresos beneficios a través del crecimiento de nuestras exportaciones mediante el cual, hasta el 70% de ellas financian nuestras importaciones, además que nos han permitido dar un respiro al pago del servicio de la deuda externa.

Con el cambio estructural se logró una mayor vinculación de la política de comercio exterior con la política cambiaria, obteniendo como resultado una mayor promoción y participación de exportaciones y un desmantelamiento gradual y paulatino de barreras proteccionistas. Lo apuntado ha exigido a México una mayor apertura al exterior; esta acción no debe entenderse como importar más o menos precio y con mayor calidad que en nuestro mercado interno, sino como el descubrimiento de oportunidades de mercados externos e internos, más aún, aumentando una mayor capacidad de exportaciones no petroleras tratando de lograr la estabilidad del mercado de divisas a corto plazo y una mejor asignación de recursos escasos.

La política cambiaria y la promoción de exportaciones, ha sido eficaz para alterar los términos de intercambio y generar de manera generalizada la posición de la producción mexicana frente al extranjero. Es importante que el exportador vislumbre esto, ya es fundamental hacer más atractivos nuestros productos ante los demandantes extranjeros: comprar productos mexicanos debe representar un ahorro para los consumidores foráneos; si nuestros bienes son más baratos que en los mercados domésticos de otros países, se alentará la demanda de exportaciones mexicanas y el efecto será permanente si aquéllo se asocia a la calidad. Ello implica expandir nuestro aparato productivo y la capacidad de generar divisas.

Es bien importante dejar en claro, que la política cambiaria junto con un proceso de apertura al exterior puede ser la promotora pero no el sustento de llegar hacia los mercados foráneos, es decir, para que la medida genere un cambio que tenga permanencia en la economía es deseable que la depreciación del tipo de cambio oriente la producción de la empresa al exterior y que en el proceso se realicen los cambios tecnológicos necesarios para lograr costos comparativos reducidos, ello será uno de los factores importante que promoverán de manera duradera nuestras ventas al exterior, y permitirán ventajas y beneficios respecto a los competidores extranjeros.

Por lo tanto el objetivo que se persigue al haber analizado en esta investigación, la política comercial en México a partir

de 1976 hasta la fecha y sus diferentes mecanismos y procedimientos en que se sustenta, es:

- 10 Que el exportador nacional se de cuenta de la nueva estructuración que se está dando en nuestro comercio internacional y la forma en que el Gobierno Federal ha incidido en ello.
- 20 Que sepa que se han establecido mecanismos e instrumentos financieros para apoyar la planta industrial cuando sus productos se orientan al exterior.
- 30 Que se de cuenta que se han creado no sólo garantías sino programas e instituciones promotoras a la exportación.
- 40 Que sepa que se han ofrecido incentivos fiscales, arancelarios y financieros de diversa índole para apoyo de esta actividad.
- 50 Que sepa que se sigue avanzando en favor de convenios comerciales en favor de nuestros productos y planta nacionales, así como en cooperación económica regional e internacional.

II. - No basta con que el Gobierno de la República implemente y cree mecanismos a través de su política comercial para incrementar las exportaciones no petroleras, es necesario que la empresa privada conozca más de cerca y de manera más objetiva aspectos importantes que intervienen en la estructura de nuestro comercio exterior; es decir, el problema, según hemos apuntado radica por un lado, en la falta de conocimiento real de dichos mecanismos y el desinterés del empresario por conocerlos; por otro lado, también existe un grave problema ante la falta de asesoría e información adecuada por parte del Gobierno Federal sobre la utilidad de dichos programas. No se ha sabido orientar de manera óptima a las empresas exportadoras respecto a la existencia y beneficio de éstos. El empresario necesita saber más explícitamente: a dónde tiene que ir?, con quién?, qué requisitos necesita cumplir?, qué alcance real tienen otras empresas de participar en la exportación de productos mexicanos?, necesita además tener un trato agradable y seguro, así como cambiar su mentalidad exportadora.

III. - La existencia de diversos programas de apoyo en los 2 últimos años se promocionó con gran interés a nuestro comercio, sin embargo, los objetivos logrados no han tenido el alcance deseado, pues aunque nuestras exportaciones no petroleras han crecido en forma gradual, sólo empresas altamente exportadoras han obtenido la mayor parte de los beneficios de dichos apoyos; mientras que otras empresas exportadoras (pequeñas y medianas) se han quedado al margen de ello.

IV. - La mala comunicación entre los sectores público y privado ha creado obstáculos y barreras que no son tan percibidas en la operatividad de nuestras exportaciones. Obstáculos de tipo administrativo, promocionales y de asesoría existentes dentro de las distintas entidades públicas relacionadas con el comercio exterior mexicano, como por ejemplo:

- 1 Procesos administrativos no muy eficientes como son: trámites, formatos mal diseñados e inadecuados, pocas soluciones, etc..

- 2 La traba burocrática y la falta de personal especializado que dan pie a fomentar la corrupción.
- 3 Falta de información y asesoría completa y adecuada para cada empresa solicitante.
- 4 Promoción y mejor atención a empresas altamente exportadoras marginando viciosamente a otras empresas exportadoras, debido a que las primeras garantizan mayores ingresos de divisas. Problemas y obstáculos reales que no permiten agilizar y dinamizar esta actividad y su futuro desarrollo.

Lo mostrado anteriormente es importante ya que ha de prepararse y anticipar a la empresa ante estos diferentes problemas, garantizando aún más el éxito de sus exportaciones.

El dar solución a los problemas antes mencionados, no es nada fácil, pues es necesario una mayor aportación y unión de esfuerzos entre los sectores público y privado. Las acciones para poder dar soluciones reales a toda esta problemática recaen en aspectos propios de la empresa privada, en aspectos operativos, administrativos y promocionales a cargo de instituciones públicas y en aspectos de cooperación mutua.

V.- Algunas de las alternativas que atañen directamente a la empresa son:

1. El cambiar su mentalidad exportadora siendo ésta, más optimista, teniendo como base la eficiencia, productividad, competitividad y seriedad al exportar.
2. El poner un verdadero interés propio para obtener información y asesoría por otro tipo de medios, pues la exportación es un negocio, el que quiera exportar no necesariamente necesita que el gobierno lo lleve de la mano y lo haga vender sus productos de la noche a la mañana.
3. Especialización de su gente en diversos aspectos de comercio exterior.
4. Corregir aspectos internos buscando adaptar su producción, oferta exportable, estrategia mercadológica, etc., a las necesidades del exterior a través de otras opciones para exportar como es: la formación de consorcios de exportación.

VI- Acciones sugeridas que atañen directamente al sector público son:

Aspecto Nacional:

1. Creación de canales de información y asesoría más eficientes, que permitan que el empresario conozca más de cerca los diferentes mecanismos de apoyo y fomento a la exportación a través de:
 - a) Creación de departamentos independientes consultivos e informativos tomando como elemento principal, una excelente atención e interés por las necesidades del solicitante.
 - b) Creación de esquemas informativos de las diferentes entidades públicas de comercio internacional, determinando su localización y servicio que prestan.
 - c) Formación de comités de estudio, foros de diálogo, seminarios, convenciones, etc., la resolución de diversos problemas.

2. Modernización de la estructura operativa y administrativa de las exportaciones mexicanas.

3. Realización de una estrategia promocional indiscriminada para todas y cada una de las empresas involucradas con la exportación de productos mexicanos, buscando estimular la producción exportable y no sólo el producto exportable lo que permitiría en un futuro, una diversificación de nuestra planta productiva.

Aspecto Internacional:

1. Continuidad y avances en las negociaciones internacionales.

2. Búsqueda de nuevos mercados para las mercancías mexicanas, una buena opción son los países del bloque socialista.

3. Creación de fórmulas que fortalezcan y desarrollen una mayor integración comercial, financiera y cultural entre los países de América Latina.

En suma, se espera que estas breves ideas expresadas como alternativas y sugerencias a seguir y que representan una pequeña parte de todos los cambios y reestructuraciones que se deben realizar en nuestro comercio internacional; sirvan para aliviar y dar una posible solución a aquellos pequeños problemas y obstáculos que frenan la agilidad, dinamismo y fomento de nuestras exportaciones.

Se espera además, que estos elementos analizados y planteados en la presente investigación sirvan como factor de aceleración para el descubrimiento, estudio y creación de nuevas posibilidades para el sector exportador.

Todo ello, repercutirá positiva y alentadoramente en nuestra economía nacional y con ello en beneficio de la sociedad mexicana.

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

- (1) **BANCOMEXT** Sistema de Información, Asesoría y Apoyo al Comercio Exterior de México. **BANCOMEXT, México. Nov 1986.**
- (2) **Calderón Martínez Antonio** Manual del Exportador. Banca **CONFIA** México 1986 (actualizado a 1988) 421p.
- (3) **Colarovo Juan** Exportación, Comercialización, Administración Internacional. 2a Edición. **Brasil 1982. O. E. A. CICOM 370 p.**
- (4) **Ibid** Proyectos de Exportación y Estrategias de Marketing Internacional. 2a Ed. Argentina 1983. Ed Rto. 305 p.
- (5) **De La Madrid H. M.** Plan Nacional de Desarrollo 1983-1988 1a Ed. México 1983. S. P. P. (6)
- (6) **Granell Francisco** La Exportación y los Mercados Internacionales. 3a Ed. Barcelona **España 1983. Ed Hispano Europea. 390 p.**
- (7) **Presidencia de la República Siria** Manual de Trámites Administrativos de Importaciones y Exportaciones del sector Público. Presidencia de la Rep. 1982.
- (8) **Reyes Rios y Asociados S. C.** Técnicas de Comercio internacional. **Buffete Internacional. México 1987. 200p.**
- (9) **Soto Rodriguez H** Apoyos Financieros y de Garantía al Comercio Exterior de México. **BANCOMEXT. Subdirección General** Abril 1987. 25p.
- (10) **Stanton William** Fundamentos de Marketing. 3a Ed. **México 1981. Mc Graw Hill. 778p.**

Fuentes Estadísticas

- (1) Banco de México Indicadores del Sector Externo. Cuaderno mensual No. 98, Dic 1986. -Ibid No 1 enero de 1987.
- (2) S. P. P. Anuario Estadístico del Comercio Exterior de los Estados Unidos Mexicanos. SPP 1986.
- (3) Ibid. . . Boletín Trimestral de Información Económica SPP. Vol 1 No 1 En-marzo 1988.

Revistas

- (1) Banamex "Examen de la Situación Económica en México. Banamex.
- | | Vol 61 | No 717 | Agsto 85 |
|------|--------|----------|----------|
| Ibid | 61 | especial | " 85 |
| | 61 | 719 | oct 85 |
| | 62 | 722 | en 86 |
| | 62 | 727 | jun 86 |
| | 62 | 728 | jul 86 |
| | 62 | 729 | agst 86 |
| | 62 | 731 | oct 86 |
| | 62 | 733 | dic 86 |
| | 63 | 734 | en 87 |
| | 63 | 738 | may 87 |
| | 63 | 744 | nov 87 |
| | 63 | 745 | dic 87 |
| | 64 | 746 | en 88 |
| | 64 | 748 | marzo 88 |
| | 64 | 756 | nov 88 |
| | 64 | 757 | dic 88 |
- (2) BANCOMENT "Comercio Exterior". BANCOMENT. Vol 36 No. 3 may 86. -Ibid 36 Nov jun 86.
- (3) García Garza J. "EconoFinanzas". Vol 1 No 40 Abril 87
- (4) Camara Nacional de Comercio. "Comercio". Camara Nacional de Comercio de la Cd. de México. Vol 28 No 316 marzo 87-Ibid 317 abr 87.

(5) NAFINSA

"El Mercado de Valores". NAFINSA

	Vol	67	No.	10	dic	87
Ibid	68		1	en		88
	68		5	mzo		88
	68		6	mzo		88
	68		8	abr		88
	68		10	may		88
	68		11	jun		88
	68		13	jul		88
	68		15	agst		88

(6) Solís Mendoza B

"Ejecutivos de Finanzas". Instituto Mexicano de Ejecutivos de Finanzas. A. C. Vol 15 No 1 en 86 -Ibid No 5 may 86 .

Periódicos

- (1) Gobierno de la República . Diario Oficial de la Federación.
Gov. Federal.

Bibliografía Complementaria:

- (1) Alvarez de Alba Alfonso. Elementos de la Mercadotecnia.
2a. Ed. C. E. C. S. A. 1983.
- (2) Azcué Pedro Comentarios previos a la formación de la Gerencia de Exportación. Centro Interamericano de Comercialización. México 1985.
- (3) Dalton Daemon La Modernización y la Concentración frente al Comercio Exterior.-Fondo de Equipamiento Industrial (FONED). México 1985.
- (4) López Altamirano Introducción a la Investigación de Mercados 3a. Ed. México 1984 Editorial Diana