

881209

13  
29.

# UNIVERSIDAD ANAHUAC

ESCUELA DE DERECHO  
CON ESTUDIOS INCORPORADOS A LA U. N. A. M.



**LAS EMPRESAS DE COMERCIO EXTERIOR  
EN EL DERECHO COMPARADO Y EN MEXICO**

TEJIS CON  
FALLA DE ORIGEN

**T E S I S**

QUE PARA OBTENER EL TITULO DE:  
LICENCIADO EN DERECHO  
POR EMPRESAS EN T A

**ANGELICA GARCIA VILLASEÑOR**



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.

LAS EMPRESAS DE COMERCIO EXTERIOR  
EN EL DERECHO COMPARADO Y EN MEXICO

I N D I C E

PÁGINA

INTRODUCCION . . . . .	1
CAPITULO I . . . . .	5
<u>FUNDAMENTOS ECONOMICOS Y COMERCIALES</u> <u>DE LAS EMPRESAS DE COMERCIO EXTERIOR</u>	
1. PANORAMA GENERAL DE LAS EMPRESAS DE COMERCIO EXTERIOR. .	6
2. DEFINICION DE EMPRESA. . . . .	11
3. OBJETIVOS. . . . .	13
4. VENTAJAS DE LA COMERCIALIZACION CONJUNTA . . . . .	17
4.1. INTRODUCCIÓN A NUEVOS MERCADOS. . . . .	17
4.2. ACCESO A NUEVOS TIPOS DE COMPRADORES. . . . .	18
4.3. CONSOLIDACIÓN DE LA OFERTA EXPORTABLE . . . . .	19
4.4. DIVERSIFICACIÓN DE MERCADOS . . . . .	20
4.5. REDUCCIÓN DE LAS FLUCTUACIONES ESTACIONALES DE LA - ACTIVIDAD COMERCIAL . . . . .	21
4.6. ESTRUCTURA DE PLANIFICACIÓN A LARGO PLAZO . . . . .	21
4.7. POSIBILIDAD DE REDUCIR LOS COSTOS UNITARIOS DE - - PRODUCCIÓN. . . . .	22
4.8. AUMENTO DE LOS MARGENES DE BENEFICIO MEDIANTE MEJORES PRECIOS . . . . .	23
4.9. ADQUISICIÓN DE LOS CONOCIMIENTOS TEÓRICO-PRACTICOS DE COMERCIALIZACIÓN INTERNACIONAL . . . . .	23
4.10. INFLUENCIA EN LA MOTIVACIÓN DE LAS EMPRESAS MIEM- BROS. . . . .	24
4.11. MAYOR CAPACIDAD DE NEGOCIACIÓN. . . . .	24

PÁGINA

4.12. REDUCCIÓN DE LOS GASTOS DE EXPORTACIÓN . . . . .	25
4.13. CONSORCIOS EN LUGAR DE AGENTES DE EXPORTACIÓN. .	25
CAPITULO II . . . . .	27
<u>ANTECEDENTES HISTORICOS DE LAS</u> <u>EMPRESAS DE COMERCIO EXTERIOR</u>	
1. MARCO HISTORICO. . . . .	28
2. JAPON. . . . .	28
3. INGLATERRA . . . . .	38
4. ALEMANIA . . . . .	41
CAPITULO III . . . . .	43
<u>LAS EMPRESAS DE COMERCIO EXTERIOR</u> <u>EN EL DERECHO MEXICANO</u>	
1. ANTECEDENTES . . . . .	44
2. LAS EMPRESAS DE COMERCIO EXTERIOR. . . . .	55
3. FORMAS DE CONCENTRACION EMPRESARIAL PARA EL COMERCIO - EXTERIOR . . . . .	57
3.1. AGRUPACIONES DE COMPRAS . . . . .	57
3.2. COOPERATIVAS. . . . .	58
3.3. CONSORCIOS DE EXPORTACIÓN . . . . .	59
3.4. COMPAÑÍAS DE COMERCIO EXTERIOR (TRADING COMPA - NIES) . . . . .	61
4. TIPOS DE EMPRESAS DE COMERCIO EXTERIOR EN MEXICO . . .	63
4.1. CONSORCIOS DE PRODUCTORES DE MANUFACTURAS (CONSOR CIOS DE EXPORTACIÓN). . . . .	65
4.2. EMPRESAS DE SERVICIOS . . . . .	68

CAPITULO IV . . . . .	70
-----------------------	----

LAS EMPRESAS DE COMERCIO EXTERIOR  
EN BRASIL Y MEXICO

1. IMPORTANCIA DE SU ANALISIS Y SUS PRINCIPALES EMPRESAS DE COMERCIO EXTERIOR. . . . .	71
2. INCENTIVOS FISCALES Y FINANCIEROS A FAVOR DE EMPRESAS DE COMERCIO EXTERIOR EN BRASIL. . . . .	72
2.1. INCENTIVOS FISCALES. . . . .	73
2.1.1. EXENCIÓN DEL IMPUESTO A LA RENTA . . . . .	73
2.1.2. DEDUCCIÓN DE LOS GASTOS EN LA PROMOCIÓN DE EXPORTACIONES. . . . .	73
2.1.3. REDUCCIÓN DEL IMPUESTO SOBRE LAS TRANSFERENCIAS FINANCIERAS PARA EL EXTRANJERO . . . . .	73
2.1.4. EXENCIÓN DEL IMPUESTO SOBRE PRODUCTOS INDUSTRIALIZADOS . . . . .	73
2.1.5. EXENCIÓN DEL IMPUESTO SOBRE CIRCULACIÓN DE MERCADERÍAS. . . . .	73
2.1.6. IMPORTACIONES DE BIENES DE CAPITAL LIBRE - DE IMPUESTOS . . . . .	73
2.1.7. DRAWBACK . . . . .	73
2.1.8. EXENCIÓN DEL IMPUESTO SOBRE OPERACIONES FINANCIERAS. . . . .	73
2.1.9. EXENCIÓN DEL IMPUESTO SOBRE LUBRICANTES -- COMBUSTIBLES Y ENERGÍA ELÉCTRICA . . . . .	73
2.1.10. EXENCIÓN DE OTROS TRIBUTOS, TASAS CUOTAS, ETC. . . . .	73
2.2. INCENTIVOS FINANCIEROS . . . . .	73
2.2.1. FINANCIAMIENTO A LA PRODUCCIÓN POR LOS -- BANCOS COMERCIALES . . . . .	73
2.2.2. FINANCIAMIENTO A LA PRODUCCIÓN POR EL BANCO DO BRASIL. . . . .	74

2.2.3.FINANCIAMIENTO A LA PRODUCCIÓN POR EL - BANCO NACIONAL DE DESARROLLO ECONÓMICO .	74
2.2.4.FINANCIAMIENTO A LA EXPORTACIÓN. . . . .	74
2.2.5.SEGURO DE CRÉDITO A LA EXPORTACIÓN . . .	74
3. DIAGNOSTICO DE LA SITUACION COMPARATIVA ACTUAL EN - MEXICO. . . . .	74
CAPITULO V . . . . .	77

REGIMEN LEGAL PARA LA CONSTITUCION  
DE LAS EMPRESAS

1. LEGISLACION APLICABLE . . . . .	78
1.1. PROCEDIMIENTO Y REQUISITOS DE CONSTITUCIÓN , ,	79
1.2. Los ORGANOS DE ADMINISTRACIÓN. . . . .	84
2. EL REGISTRO DE LAS SOCIEDADES ANONIMAS. . . . .	86
3. ESTATUTOS . . . . .	87
4. REQUISITOS NECESARIOS PARA EL REGISTRO DE UNA EMPRESA DE COMERCIO EXTERIOR. . . . .	89
5. DIRECTORIO ACTUALIZADO DE LAS EMPRESAS DE COMERCIO - EXTERIOR. . . . .	90

CAPITULO VI. . . . .	91
----------------------	----

LAS EMPRESAS DE COMERCIO EXTERIOR  
EN LOS PROGRAMAS QUE EL GOBIERNO FEDERAL IMPLEMENTA

1. PLAN NACIONAL DE DESARROLLO 1983-1988 , . . . . .	92
1.1. CONSIDERACIONES DEL DECRETO POR EL QUE SE APRUE- BA EL PLAN . . . . .	93

1.2.	PROPÓSITO FUNDAMENTAL DEL PLAN. . . . .	94
1.3.	OBJETIVOS DEL PLAN. . . . .	95
1.4.	PRINCIPALES CONCEPTOS EN LA PRESENTACIÓN E INTRODUCCIÓN DEL PLAN . . . . .	95
1.5.	CONTENIDO DEL PLAN. . . . .	96
2.	LAS EMPRESAS DE COMERCIO EXTERIOR EN EL CONTEXTO - PRONAFICE. . . . .	100
2.1.	ESTRATEGIA. . . . .	101
2.2.	POLÍTICA DE RACIONALIZACIÓN DE LA PROTECCIÓN - PRONAFICE . . . . .	102
2.3.	POLÍTICA DE FOMENTO A LAS EXPORTACIONES . . . . .	103
2.4.	MECANISMOS OPERATIVOS . . . . .	104
3.	LAS EMPRESAS DE COMERCIO EXTERIOR EN EL CONTEXTO - PROFIEIX . . . . .	108
3.1.	TRATAMIENTO FISCAL A LA EXPORTACIÓN . . . . .	110
3.2.	APOYOS FINANCIEROS. . . . .	112
3.3.	SIMPLIFICACIÓN Y DESCONCENTRACIÓN ADMINISTRATIVA. . . . .	113
3.4.	NEGOCIACIONES COMERCIALES . . . . .	115
3.5.	DEFENSA DE LAS EXPORTACIONES. . . . .	115
3.6.	INFRAESTRUCTURA . . . . .	115
3.7.	FRANJAS FRONTERIZAS Y ZONAS LIBRES. . . . .	115
	3.7.1. APOYOS FINANCIEROS . . . . .	116
3.8.	INDUSTRIA MAQUILADORA . . . . .	116
4.	ACCIONES ADICIONALES PARA PROMOVER LAS EXPORTACIONES EN EL MARCO DEL "PROGRAMA DE FOMENTO INTEGRAL A LAS EXPORTACIONES" -PROFIEIX-, RESPECTO A LAS EMPRESAS DE COMERCIO EXTERIOR . . . . .	118
4.1.	CONCERTACIÓN CON EMPRESAS EXPORTADORAS. . . . .	119
4.2.	EMPRESAS DE COMERCIO EXTERIOR . . . . .	120
4.3.	IMPORTACIÓN TEMPORAL AUTOMÁTICA PARA LA ELABORACIÓN DE PRODUCTOS QUE SE EXPORTAN. . . . .	121
4.4.	MEDIDAS FISCALES. . . . .	122
4.5.	APOYOS A EXPORTADORES DIRECTOS E INDIRECTOS . . . . .	123
4.6.	FACILIDADES EN EL USO DE DIVISAS PARA EXPORTACIÓN . . . . .	124
4.7.	FACILIDADES ADUANERAS . . . . .	125

	<u>PÁGINA</u>
CONCLUSIONES . . . . .	128
ANEXOS . . . . .	140
ANEXO-I . . . . .	142
ANEXO-II . . . . .	147
ANEXO-III . . . . .	155
ANEXO-IV . . . . .	156
ANEXO-V . . . . .	158
BIBLIOGRAFIA . . . . .	162



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

LA IMPORTANCIA DEL COMERCIO EXTERIOR EN NUESTRO PAÍS, HA IDO GANANDO TERRENO EN LA MEDIDA QUE LA CRISIS ECONÓMICA HA DESARROLLADO EL MODELO SUSTITUTIVO DE IMPORTACIÓN QUE MÉXICO DESARROLLÓ ENTRE 1940 Y 1980.

EL SESGO ANTIEXPORTADOR QUE DICHO MODELO CREO EN EL EMPRESARIO MEXICANO, HACE CRISIS JUNTO A LA ESCASEZ DE DIVISAS QUE GENERA LA BAJA DEL PRECIO DEL PETRÓLEO Y EL AUMENTO PARALELO A UN ENDEUDAMIENTO EXTERNO, CUYO SERVICIO SOLAMENTE CAPTURA MÁS DEL 60% DE LOS INGRESOS TOTALES QUE EL PAÍS RECIBE POR CONCEPTO DE VENTA A LOS MERCADOS EXTRANJEROS.

EN ESTE CONTEXTO, EL SECTOR EXTERNO Y ESPECÍFICAMENTE LAS EXPORTACIONES DE PRODUCTOS NO PETROLEROS PASA AL PRIMER PLANO, EN EL CUAL EL GOBIERNO FEDERAL IMPLEMENTA TANTO EL PRONAFICE, COMO LOS DOS PROFIEX EN 1985 Y 1986, RESPECTIVAMENTE.

EN TALES INSTRUMENTOS, EL APOYO Y ESTÍMULO A LAS EMPRESAS DE COMERCIO EXTERIOR SON EVIDENTES, PUES SE TRATA DE CREAR EMPRESAS AUTÉNTICAMENTE ESPECIALIZADAS EN LA COMERCIALIZACIÓN INTERNACIONAL, CON LO CUAL SE CONSOLIDA LA OFERTA DE PRODUCTOS EXPORTABLES FABRICADOS POR LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS, MISMAS QUE CARECEN DE COMPETENCIA PARA VENDER EN EL EXTRANJERO.

A ESTE TEMA ESTA REFERIDA LA PRESENTE TESIS CUYA HIPÓTESIS ES LA SIGUIENTE:

LA ACTUAL POLÍTICA DE COMERCIO EXTERIOR DE MÉXICO, PLANEA UNA MODERNIZACIÓN DE TODOS LOS INSTRUMENTOS DE POLÍTICA - COMERCIAL A FIN DE IMPULSAR LAS EXPORTACIONES DE PRODUCTOS MANUFACTURADOS,

ENTRE ESTOS INSTRUMENTOS, EL GOBIERNO FEDERAL HA DADO ESPECIAL IMPULSO A LAS EMPRESAS DE COMERCIO EXTERIOR LAS QUE HASTA LA FECHA EN NUESTRO PAÍS HAN TENIDO UNA PRECARIA PARTICIPACIÓN.

EL ESQUEMA JURÍDICO DE ESTAS EMPRESAS A NIVEL INTERNACIONAL ES DIVERSO Y CONTRADICTORIO, LA TESIS PRETENDE ESTUDIAR DICHOS SISTEMAS DE REGULACIÓN A FIN DE UBICAR EL QUE MÁS - SE ACERQUE A LA REALIDAD CONCRETA DE LAS EMPRESAS MEXICANAS.

EN EFECTO EL PRIMER CAPÍTULO TRATA LOS FUNDAMENTOS ECONÓMICOS Y COMERCIALES DE LAS EMPRESAS DE COMERCIO EXTERIOR, EN EL QUE EXPONGO UN PANORAMA GENERAL DE LAS MISMAS; SU CONCEPTO EN SUS PUNTOS DE VISTA ECONÓMICO, JURÍDICO Y DE COMERCIO EXTERIOR; SUS - PRINCIPALES OBJETIVOS, Y LAS VENTAJAS DE LA COMERCIALIZACIÓN - CONJUNTA.

EN EL SEGUNDO CAPÍTULO, SE ANALIZA EL ASPECTO HISTÓRICO DE LAS EMPRESAS DE COMERCIO EXTERIOR, EN EL QUE ENGLOBO EN UN MARCO HISTÓRICO EL SURGIMIENTO DE LAS MISMAS Y PLANTEO LOS ANTECEDENTES DE JAPÓN, INGLATERRA Y ALEMANIA, COMO PAÍSES QUE HAN DADO EL MODELO DE LAS EMPRESAS DE COMERCIO EXTERIOR A LOS DEMÁS PAÍSES.

EN EL TERCER CAPÍTULO ANALIZO LAS EMPRESAS DE COMERCIO EXTERIOR EN EL DERECHO MEXICANO, DESCRIBIENDO SUS ANTECEDENTES, LAS FORMAS DE CONCENTRACIÓN EMPRESARIA PARA EL COMERCIO EXTERIOR Y SEÑALANDO LAS EMPRESAS DE COMERCIO EXTERIOR EN MÉXICO.

EN EL CUARTO CAPÍTULO SINTETIZO A LAS EMPRESAS DE COMERCIO EXTERIOR EN BRASIL, HACIENDO UN ANÁLISIS SOBRE LA IMPORTANCIA DE SU SEGUIMIENTO, SEÑALANDO LAS EMPRESAS DE MAYOR COMERCIALIZACIÓN Y HACIENDO UNA DESCRIPCIÓN DE ELLAS; LUEGO SE DESCRIBE SUS INCENTIVOS FISCALES Y FINANCIEROS SOBRE LO MANUFACTURADO Y TERMINA EL CAPÍTULO CON UN DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN ACTUAL EN MÉXICO REFERIDO AL MISMO TEMA.

POSTERIORMENTE ANALIZO EN EL CAPÍTULO QUINTO, EL RÉGIMEN LEGAL PARA LA CONSTITUCIÓN DE LAS EMPRESAS; LEGISLACIÓN, PROCEDIMIENTOS Y REQUISITOS DE CONSTITUCIÓN, SUS ÓRGANOS DE ADMINISTRACIÓN, EL REGISTRO DE LAS SOCIEDADES ANÓNIMAS, ESTATUTOS, LOS REQUISITOS NECESARIOS PARA EL REGISTRO DE UNA EMPRESA DE COMERCIO EXTERIOR Y EL DIRECTORIO ACTUALIZADO DE LAS EMPRESAS DE COMERCIO EXTERIOR PARA FACILITAR SU PRONTA LOCALIZACIÓN.

EN EL SEXTO Y ÚLTIMO CAPÍTULO LO HE RESERVADO PARA PLASMAR EN ÉL LOS SIGUIENTES PROGRAMAS DE EL PLAN NACIONAL DE DESARROLLO 1983; EL PRONAFICE 1985, EL PROFIEIX 1985 Y SUS ACCIONES ADICIONADAS AL PROFIEIX 1986 QUE COMO YA HE MENCIONADO, SU APOYO Y ESTÍMULO SON EVIDENTES A LAS EMPRESAS DE COMERCIO EXTERIOR.

FINALMENTE LAS CONCLUSIONES SEÑALARAN SI LAS VARIABLES CONTEMPLADAS EN DICHA HIPÓTESIS SE LOGRAN PROBAR.

C A P I T U L O   I

FUNDAMENTOS ECONOMICOS Y COMERCIALES  
DE LAS  
EMPRESAS DE COMERCIO EXTERIOR

## 1. PANORAMA GENERAL DE LAS EMPRESAS DE COMERCIO EXTERIOR.

EN LOS PAÍSES DE AMÉRICA LATINA LA MAYOR PARTE DE LAS EXPORTACIONES SON EFECTUADAS POR GRANDES EMPRESAS, CUYO CAPITAL EN VARIOS CASOS PERTENECE AL ESTADO O EMPRESAS EXTRANJERAS.

EXISTIÓ LA PREOCUPACIÓN DE PARTE DE LOS FORMULADORES E IMPLEMENTADORES DE LA POLÍTICA DE COMERCIO EXTERIOR EN AMPLIAR LA BASE DE EMPRESAS QUE EXPORTAN, PRINCIPALMENTE PRODUCTOS NO TRADICIONALES.

LAMENTABLEMENTE ESAS NUEVAS EMPRESAS SERÍAN EN SU GRAN MAYORÍA DE PARTE PEQUEÑO Y MEDIO, PRESENTANDO EN CONSECUENCIA UNA SERIE DE PROBLEMAS ESPECÍFICOS PARA SU INCORPORACIÓN AL ESFUERZO EXPORTADOR.

ALGUNOS PAÍSES EN AMÉRICA LATINA HAN PROCURADO INCENTIVAR LA FORMACIÓN DE DOS TIPOS DE INSTITUCIONES: 1) CONSORCIOS DE EXPORTACIÓN Y 2) LAS COMPAÑÍAS DE COMERCIO EXTERIOR. DE LAS CUALES SE DIFERENCIAN EN QUE: LOS CONSORCIOS DE EXPORTACIÓN; SON SOCIEDADES DE PRODUCTORES PARA EXPORTAR, EN TANTO LA COMPAÑÍA DE COMERCIO EXTERIOR; ES UNA SOCIEDAD, NO NECESARIAMENTE DE PRODUCTORES, CUYO OBJETIVO ES TAMBIÉN EXPORTAR. ASÍ LA DIFERENCIA ENTRE UNA Y OTRA, ESTRIBARÍA EN EL REQUISITO DE PROPIEDAD DE LA EMPRESA, SIENDO LOS OBJETIVOS SIMILARES.

ESTE TIPO DE EMPRESAS LLENAN ASI UNA NECESIDAD PRINCIPAL MENTE DE LA EMPRESA PEQUEÑA Y MEDIANA QUE QUIERE SALIR AL -- CAMPO INTERNACIONAL Y QUE CARECE DE LOS RECURSOS TÉCNICOS Y FINANCIEROS PARA AFRONTAR UNA NEGOCIACIÓN INTERNACIONAL.

EN UNA ECONOMÍA DE MERCADO, EXISTE EL SUPUESTO BÁSICO DE QUE OPORTUNIDADES DE NEGOCIOS QUE APARECEN SON INMEDIATAMENTE APROVECHADAS POR EMPRESARIOS ATENTAS A ELLOS, PERO LAS NUMEROSAS IMPERFECCIONES DE LOS MERCADOS IMPIDEN QUE ESTOS PROCESOS SE OPEREN ADECUADAMENTE, SIENDO NECESARIO UN ESFUERZO DEL GOBIERNO PARA INDUCIR A LA CLASE EMPRESARIAL A OCUPAR LOS ESPACIOS VACIOS. TRADICIONALMENTE SE APELA A INSTRUMENTOS DE TIPO FISCAL Y CREDITICIO PARA CONSEGUIR ESOS OBJETIVOS. (1)

LA EXPORTACIÓN PUEDE CONSIDERARSE COMO UNA OPERACIÓN QUE SUPONE UNA SALIDA DE MERCANCIAS MÁS ALLÁ DE LAS FRONTERAS JURÍDICAS POLÍTICAS DE UN PAÍS, MISMA QUE PROVOCA COMO CONTRAPARTIDA UNA ENTRADA DE DIVISAS QUE A SU VEZ PERMITIRAN LA ADQUISICIÓN DE MATERIAS PRIMAS, BIENES DE EQUIPO Y BIENES DE CONSUMO. LA ACTIVIDAD EXPORTADORA ES SÓLO UNA VENTA MÁS ALLÁ DE LAS FRONTERAS QUE PERMITE OBTENER EL MÁXIMO RENDIMIENTO -

---

1 COLAIACOVO JUAN LUIS: EXPORTACIÓN COMERCIALIZACIÓN Y ADMINISTRACIÓN INTERNACIONAL, II EDICIÓN (CORREGIDA Y AUMENTADA, LIMA, PERÚ 1983, P. 147, 148.

DE LOS MEDIOS DE PRODUCCIÓN, ABARCANDO MERCADOS CADA VEZ -- MAYORES Y SOBRE TODO LOGRANDO LA OPTIMA PRODUCTIVIDAD DE LOS RECURSOS PROPIOS, (2).

EL COMERCIO INTERNACIONAL DEMANDA EL ESTABLECIMIENTO - DE ORGANIZACIONES EMPRESARIALES, TANTO DE ORDEN PÚBLICO COMO PRIVADO.

EN GENERAL, SE HA PUESTO ÉNFASIS EN LA ORGANIZACIÓN ESTATAL CON EL OBJETIVO DE ASEGURARSE MEJORES PRECIOS Y MERCADOS, REGULAR PRECIOS DE DETERMINADOS PRODUCTOS ESENCIALES - INCLUYENDO PRODUCTOS ALIMENTICIOS, FACILITAR Y AUMENTAR EL INTERCAMBIO DE PAÍSES DE ECONOMÍA CENTRALIZADA, TRANSFERIR EL MANEJO DE DETERMINADAS TRANSACCIONES EN MANOS DE ORGANIZACIONES COMERCIALES EXTRANJERAS Y OBTENER MAYORES INGRESOS PARA EL GOBIERNO (3).

SE DEBE BUSCAR, PUES, FÓRMULAS PRÁCTICAS PARA "EXPORTAR UNIDOS". ESA DEBE SER LA CONSIGNA PARA EL EMPRESARIO DE MENTALIDAD MODERNA, PARA EL PROGRESO EN EL COMERCIO INTERNACIONAL, COMO HA SUCEDIDO EN INGLATERRA CON SU "OVERSEAS - MARKETING CORPORATION LIMITED", QUE TIENE COMO OBJETO PONER A DISPOSICIÓN DE LAS EMPRESAS MANUFACTURERAS PARA EXPOR

---

2 ELLSWORTH, PIT: COMERCIO INTERNACIONAL, FONDO DE CULTURA-ECONÓMICA, MÉXICO-BUENOS AIRES, 4ª EDICIÓN 1962, P. 16.

3 CENTRO INTERAMERICANO DE PROMOCIÓN DE EXPORTACIONES CIPE: CONSORCIOS DE EXPORTACIÓN, BOGOTÁ 1, D. F., COLOMBIA 1968, P.16.



TAR, LOS SERVICIOS DE UNA ORGANIZACIÓN ESPECIALIZADA; ASÍ -  
COMO TAMBIÉN EN ISRAEL (PESE A SUS GRANDES LIMITACIONES Y -  
PROBLEMAS), PAÍS QUE HA EXPERIMENTADO GRANDES PROGRESOS EN  
EL COMERCIO INTERNACIONAL, LA NECESIDAD DE FOMENTAR DE UNA  
MANERA AGRESIVA LA EXPORTACIÓN DE SUS PRODUCTOS DIÓ LUGAR A  
QUE EN 1963 SE PRODUJERA LA UNIÓN DE 4 CASAS EXPORTADORAS -  
QUE HABÍAN DESARROLLADO OPERACIONES EN ÁFRICA, EL CERCAÑO Y  
LEJANO ORIENTE, AUSTRALIA Y AMÉRICA LATINA; CREANDO UNA EM  
PRESA EXPORTADORA ELDA EN LA QUE EL GOBIERNO PARTICIPA CON  
EL 57% DE LAS ACCIONES Y EL RESTO SE HALLA DISTRIBUÍDO EN--  
TRE LA EMPRESA NAVIERA ESTATAL ZIM, LA COMPAÑÍA COMERCIAL -  
SOLKHOOR (DE LA FEDERACIÓN GENERAL DE TRABAJO) Y UNA SERIE DE  
PEQUEÑAS EMPRESAS. ELDÁ TIENE VARIAS OFICINAS EN 15 PAÍSES.

Y EN ESTADOS UNIDOS, EL GOBIERNO ANUNCIÓ EN ENERO DE 1968  
EL ESTABLECIMIENTO DE UN PROGRAMA DE INCENTIVOS DENOMINADO -  
JEA (JOINTEXPORT ASSOCIATIONS) POR EL CUAL SE OFRECE COOPERA  
CIÓN Y ASISTENCIA FINANCIERA A GRUPOS DE EMPRESAS MANUFACTU-  
RERAS QUE FORMEN ORGANIZACIONES ASOCIADAS PARA LA EXPORTA--  
CIÓN(4), POSTERIORMENTE EN OCTUBRE DE 1984 SE CREARON LAS EX-  
PORT COMPANIES.

---

4 IBID., P. 17

POR LO ANTERIOR, ES NECESARIO QUE LAS EMPRESAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS -CONSCIENTES DE LA IMPERIOSA NECESIDAD DE UNIR -ESFUERZOS-, SE DEDIQUEN A LA NECESARIA TAREA DE BUSCAR FÓRMULAS PRÁCTICAS DE ASOCIACIONES PARA PODER COMPETIR UNIDAS Y APROVECHAR LAS INCALCULABLES OPORTUNIDADES QUE BRINDA EL COMERCIO INTERNACIONAL. (5)

ASÍMISMO, ADEMÁS DE LA TAREA ANTES MENCIONADA, ES NECESARIO QUE LAS EMPRESAS DE COMERCIO EXTERIOR SE TOMEN COMO -UNA ENTIDAD INTEGRADORA QUE PROVOQUE UN CAMBIO Y QUE REÚNA LAS CAPACIDADES PARA INCLUIR EN LA ACTIVIDAD DEL SECTOR MANUFACTURERO Y ORIENTARLO A FUNCIONES COMERCIALES EN MERCADOS DEL EXTERIOR, LO QUE ANTE CIRCUNSTANCIAS ACTUALES, SE TORNA IMPERATIVO. (6)

---

5 IBID., P. 17

6 TESIS ANCE (ASOCIACIÓN NACIONAL DE CONSORCIOS Y COMPANÍAS DE COMERCIO EXTERIOR, A.C.): MÉXICO, D.F., JULIO -- 1982, P. 2

## 2. DEFINICION DE EMPRESA.

PROVIENE DEL LATÍN IN-PRÉHENSAS, COGIDA, TOMADA. ACCIÓN ARDUA Y DIFICULTOSA QUE VALEROSAMENTE SE COMIENZA.

DESDE EL PUNTO DE VISTA ECONÓMICO; "UNIDAD DE PRODUCCIÓN" DE BIENES Y SERVICIOS PARA SATISFACER UN MERCADO. (7)

DESDE EL PUNTO DE VISTA JURÍDICO; "LAS EMPRESAS CUYOS - PROPIETARIOS SON UNA SOCIEDAD O PERSONA MORAL CUALQUIERA QUE SEA SU NATURALEZA Y ESTRUCTURA, LOS DERECHOS Y OBLIGACIONES DE LA EMPRESA NO SE IDENTIFICAN, EN MUCHÍSIMOS CASOS Y AÚN PUEDEN SER OPUESTOS, A LOS DE CADA UNO DE LOS INTEGRANTES - DE ESA SOCIEDAD". POR LO QUE JURÍDICAMENTE EXISTE UNA SOLA SOCIEDAD, PROPIETARIA DE DISTINTAS UNIDADES ECONÓMICAS, Y - ESA PROPIEDAD SE TIENDE A CONSIDERAR COMO ALGO INDIVISO, CO MO UNA SOLA EMPRESA.

ESTA INDIVISIÓN PATRIMONIAL SE REFLEJA PRINCIPALMENTE EN LA UNIDAD CONTABLE DE LOS RESULTADOS FINALES; TRATÁNDOSE DE EMPRESAS PERSONAS MORALES; SI EXISTEN DIVERSAS SOCIEDADES, - DEBEN CONSIDERARSE JURÍDICAMENTE DISTINTAS EMPRESAS, SI EXIS TE UNA MISMA SOCIEDAD, DEBE VERSE LA UNIDAD O PLURALIDAD DE PATRIMONIOS Y CONTABILIDADES PARA DETERMINAR SI SE TRATA DE UNA O VARIAS EMPRESAS. (8)

7 AGUSTIN REYES PONCE: ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS (TEORÍA Y PRÁCTICA); 1A. PARTE, ED., LIMUSA, MEXICO, 1979, P.74

8 IBID., P. 75

DESDE EL PUNTO DE VISTA DE COMERCIO EXTERIOR: SON EMPRESAS QUE SE ESPECIALIZAN EN LA COLOCACIÓN DE PRODUCTOS NACIONALES EN EL EXTERIOR.

COMO EMPRESAS DE COMERCIO EXTERIOR DEBE ENTENDERSE LOS -  
CONSORCIOS DE PRODUCTORES DE MANUFACTURAS Y LAS EMPRESAS DE  
SERVICIOS QUE SE ORGANICEN EN LOS TERMINOS DE ESTE ACUERDO.  
(9)

SON ORGANIZACIONES ESPECIALES EN COMERCIO INTERNACIONAL  
CONSTITUIDAS DE ACUERDO A LA LEY GENERAL DE SOCIEDADES MER--  
CANTILES, BAJO LA FORMA DE SOCIEDAD ANÓNIMA DE CAPITAL VARIA  
BLE, REGISTRADAS ANTE LA SECRETARÍA DE COMERCIO. (10)

---

9 "DIARIO OFICIAL", DE 28 DE AGOSTO DE 1975.

10 WITKER, JORGE: ASPECTOS JURIDICOS DEL COMERCIO EXTERIOR-  
DE MEXICO, UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO, EDI-  
TORIAL NUEVA IMAGEN, SEGUNDA EDICIÓN, MÉXICO 1980.P.28.

### 3. OBJETIVOS.

COMERCIALIZADORA, ES UNA EMPRESA CON ECONOMÍA PROPIA, CON AMPLITUD EN EL ESPACIO MUNDIAL, TIENE SU ACCIÓN ORIENTADA PARA SUS PROPIOS INTERESES, OPERANDO EN GRAN ESCALA, SEA CON -- PRODUCTOS PROPIOS O DE TERCEROS. (11)

ESTAS COMPAÑÍAS, PUEDEN TENER SUS ACTIVIDADES LIGADAS AL MERCADO INTERNO E INTERNACIONAL, OPERANDO EN LA COMERCIALIZACIÓN NACIONAL ASÍ COMO EN LAS IMPORTACIONES Y EXPORTACIONES EN CUALQUIER PAÍS. PARA ÉSTO, ES IMPORTANTE QUE DISPONGAN DE SISTEMAS DE INFORMACIÓN ALTAMENTE ESPECIALIZADOS QUE PERMITAN VERIFICAR LAS MEJORES OPORTUNIDADES DE COMPRA Y VENTA DE DIVERSOS PRODUCTOS DONDE ELLAS SE PRESENTAN EN CONDICIONES SATISFACTORIAS PARA LAS PARTES INTERESADAS.

ESTAS EMPRESAS DEBEN SER APTAS Y ESTAR EQUIPADAS PARA -- EJERCER DIVERSAS FUNCIONES, PUES ADEMÁS DE LA COMPRA Y VENTA DE PRODUCTOS, PUEDEN REPRESENTAR EMPRESAS, AGENCIAR OPERACIONES Y FINANCIAR.

AL ALCANZAR MONTOS DE OPERACIÓN IMPORTANTES, PUEDEN LLEGAR A ACTUAR DIRECTAMENTE EN LOS TRANSPORTES Y ESTABLECER REDES DE ALMACENES, EN CUALQUIER PAÍS, DONDE LAS CONDICIONES - ASÍ LO RECOMIENDEN.

11 CENTRO DE ESTUDIOS EN COMERCIO INTERNACIONAL, IMCE: CURSO DE EMPRESAS DE COMERCIO EXTERIOR, MÉXICO, D.F., SEPTIEMBRE, 1985. P. 21

PUEDE, INCLUSO, LLEGAR A LA CREACIÓN, PROMOCIÓN O DIVULGACIÓN DE MARCAS PROPIAS O DE TERCEROS, CUANDO LOS MERCADOS COMPRADORES ASÍ LO EXIGEN.

DEBE ESTAR EN CONDICIONES DE PLANEAR U ORIENTAR PROYECTOS DE COMERCIALIZACIÓN, TANTO PROPIOS COMO DE TERCEROS, QUE TIENDAN AL DESARROLLO COMERCIAL A TRAVÉS DE LA PRODUCCIÓN -- AGROPECUARIA, MINERA O INDUSTRIAL; ASÍMISMO, DEBE PARTICIPAR EN LAS DIVERSAS FERIAS Y EXPOSICIONES EN EL PAÍS O EN EL EXTRANJERO, YA SEA PARA NEGOCIAR DIRECTAMENTE, COMO PARA PRESENTAR PRODUCTOS SUYOS O DE SUS CLIENTES.

LAS EMPRESAS COMERCIALIZADORAS, TENIENDO NECESIDAD DE INVERTIR CONSTANTEMENTE EN LA LOCALIZACIÓN DE NUEVOS MERCADOS, Y AL DISPONER DE SERVICIOS DE ASISTENCIA TÉCNICA Y DE INFORMACIÓN, PUEDEN INFLUIR VENTAJOSAMENTE PARA EL DESARROLLO DE -- LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS QUE TIENEN DIMENSIÓN PARA -- ALCANZAR, CON ÉXITO, LOS MERCADOS EXTERNOS.

LAS COMERCIALIZADORAS, PUEDEN SER GENERALES O ESPECIALIZADAS, DEPENDIENDO DE LA DIMENSIÓN Y DEL NÚMERO DE ACTIVIDADES QUE REALIZAN.

### GENERALES

ACTÚAN EN DIVERSOS RAMOS DE LA PRODUCCIÓN. PUEDEN ADEMÁS, DESARROLLAR PRODUCCIONES EN EL EXTERIOR, INVERTIR FUERA

DEL PAÍS, YA SEA CON LA FINALIDAD DE IMPORTAR Y DE EXPORTAR PARA SU PROPIO PAÍS O PARA TERCEROS PAÍSES.

### ESPECIALIZADAS

ENCAMINADAS A REALIZAR ACCIONES ESPECIALIZADAS POR PRODUCTO, MERCADO O TIPO DE SERVICIO.

EN MUCHOS PAÍSES, ESTOS TIPOS DE EMPRESAS GOZAN DE ALGUNAS VENTAJAS POR PARTE DE LAS FUENTES DE FINANCIAMIENTO, TANTO NACIONAL COMO INTERNACIONALES, PUES ÉSTOS JUZGAN POCO --ARRIESGADAS SUS INVERSIONES EN ELLAS, AL PARTIR DEL PRINCIPIO, POR LA AMPLITUD ESPACIAL EN QUE ACTÚAN, DE QUE TODOS LOS MERCADOS NO ENTRAN EN DEPRESIÓN AL MISMO TIEMPO, HABIENDO POSIBILIDAD DE COMPENSACIONES SISTEMÁTICAS.

LA ORGANIZACIÓN DE LAS COMPAÑÍAS COMERCIALIZADORAS, NO --ESTÁ SUJETA A CARACTERÍSTICAS ESPECÍFICAS, PUES SE FORMULA --EN RAZÓN DE SU OPERACIONALIDAD, EN DEPARTAMENTOS O DIVISIONES POR PRODUCTOS Y/O POR ÁREAS GEOGRÁFICAS, CONFORME SEA --MÁS FAVORABLE.

UNA COMERCIALIZADORA SE FORMA PARA EJECUTAR UNAS CUANTAS O LA GRAN MAYORÍA DE LAS FUNCIONES REALIZADAS CON LA PRODUC-

CIÓN, FINANCIAMIENTO Y COMERCIALIZACIÓN DE ARTÍCULOS QUE SE-  
RÁN DISTRIBUÍDOS Y VENDIDOS A ESCALA INTERNACIONAL. (12)

---

12 CENTRO DE COMERCIO INTERNACIONAL UNTAD-GATT: CONSTITU--  
CIÓN Y GESTIÓN DE CONSORCIOS DE EXPORTACIÓN; GINEBRA, -  
1973, p. 18-20.



#### 4. VENTAJAS DE LA COMERCIALIZACION CONJUNTA

EL ATRACTIVO PRINCIPAL, EL FACTOR DE COHESIÓN QUE SUSCITA EL INTERÉS INICIAL Y QUE CONDUCE A LOS MIEMBROS A ASOCIARSE FORMALMENTE Y LES AYUDA A SUPERAR LAS DIFICULTADES, ES LA VISIÓN CLARA DE LAS VENTAJAS QUE OBTENDRÁN. POR CONSIGUIENTE EN EL ESTUDIO QUE PROCEDE A LA CREACIÓN DE UNA COMERCIALIZADORA, UNO DE LOS OBJETIVOS PRIMORDIALES HA DE SER DETERMINAR LAS VENTAJAS QUE LA NUEVA AGRUPACIÓN PUEDE PROPORCIONAR A CADA UNO DE SUS MIEMBROS. ESTAS VENTAJAS SERÁN DISTINTAS SEGÚN LOS PRODUCTOS, LA FASE DE DESARROLLO, LAS DIMENSIONES DE LAS EMPRESAS INDUSTRIALES O AGRÍCOLAS ASOCIADAS Y EL CARÁCTER DE LA COMERCIALIZADORA PREVISTA. A CONTINUACIÓN SE RESEÑA VARIAS VENTAJAS IMPORTANTES QUE LOS CONSORCIOS HAN PODIDO OBTENER EN MUCHOS PAÍSES EN DESARROLLO, QUE SIN DUDA ALGUNA DEBERÍAN TENER IGUAL PODER EN OTROS PAÍSES Y OTRAS INDUSTRIAS.

(13)

##### 4.1. INTRODUCCIÓN A NUEVOS MERCADOS.-

LA MAYOR PARTE DE LAS AGRUPACIONES DE EXPORTACIÓN EXISTENTES HAN LLEGADO A LA CONCLUSIÓN DE QUE LAS EMPRESAS ASOCIADAS HAN CONSEGUIDO VENDER EN MERCADOS DE EXPORTACIÓN TOTALMENTE INEXPLORADOS GRACIAS AL HECHO DE HABER-

---

13 CENTRO DE COMERCIO INTERNACIONAL UNTAD-GATT: CONSORCIOS DE EXPORTACIÓN, GINEBRA 1973. (1985) P. 16-17.

SE UNIDO, LA FORMACIÓN DE UNA COMERCIALIZADORA DA LA POTENCIA, LA ORGANIZACIÓN Y EL PERSONAL NECESARIO PARA ABRIRSE CAMINO EN MERCADOS DE MAYORES POSIBILIDADES - QUE EL MERCADO INTERNO, PERO QUE PRESENTABAN TAMBIÉN MÁS DIFICULTADES DE PENETRACIÓN. CUANDO UNA ORGANIZACION COMÚN PERMITE CONTAR CON UNA DOCUMENTACIÓN COMPLEJA, UNAS DISPOSICIONES MINUCIOSAS SOBRE EL TRANSPORTE, LA TÉCNICA DE LAS NEGOCIACIONES DE LOS MERCADOS EXTRANJEROS, CABE ABRIRSE PASO CON PROVECHO INCLUSO EN LOS MERCADOS DONDE HAY MÁS COMPETENCIA.

EN SUMA, MEDIANTE UNA EMPRESA COMERCIALIZADORA, UNA EMPRESA PUEDE CONTAR CON SERVICIOS QUE LE DARÁ LA OPORTUNIDAD DE OPERAR EN MERCADOS ENTERAMENTE NUEVOS.

#### 4.2. ACCESO A NUEVOS TIPOS DE COMPRADORES.-

LAS AGRUPACIONES DE EXPORTACIÓN ABREN EL CAMINO A NUEVOS TIPOS DE COMPRADORES EXTRANJEROS (Y A MENUDO COMO CONSECUENCIA DE ELLO, TAMBIÉN A NUEVOS TIPOS DE COMPRADORES NACIONALES) DE DOS MANERAS: AUMENTANDO LA CALIDAD DEL PRODUCTO FABRICADO POR LA EMPRESA O MODIFICANDO ESE PRODUCTO Y AMPLIANDO CONJUNTAMENTE LA CAPACIDAD, DE MODO QUE PUEDAN ATENDERSE PEDIDOS DE MAYOR IMPORTANCIA. TALES AGRUPACIONES PUEDEN HACER ESTUDIOS DE MERCADOS EXTRANJEROS PARA DETERMINAR CON PRECISIÓN QUÉ CLASE DE ARTÍCULOS SE NECESITAN EN ELLOS Y ADAPTAR A ESAS NECESIDADES LA CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN DE LOS

MIEMBROS DE LA AGRUPACIÓN. ESTOS SUPONE NO POCAS VECES REFORMAR EL PRODUCTO ORIGINAL, CAMBIAR LOS MÉTODOS DE PRODUCCIÓN O INCLUSO PASAR A UN PRODUCTO DIFERENTE QUE PUEDA FABRICARSE CON EL EQUIPO DE QUE SE DISPONE.

EN MUCHOS CASOS, ESAS MODIFICACIONES DISTINTAS, VIGENTES EN EL MERCADO PREVISTO. MUCHOS CONSORCIOS UTILIZAN LOS SERVICIOS DE ESPECIALISTAS, YA SEA COMO CONSULTORES O COMO EMPLEADOS PERMANENTES. ESTOS ESPECIALISTAS AYUDAN A FIJAR LAS NORMAS APROPIADAS Y A INTRODUCIR LAS MODIFICACIONES NECESARIAS PARA ATENDER LAS EXIGENCIAS DEL MERCADO EXTRANJERO.

ESOS CONOCIMIENTOS TÉCNICO-PRÁCTICOS Y LAS COSTOSAS -- INSTALACIONES NECESARIAS PARA LOGRAR LOS RESULTADOS -- APETECIDOS, SUELEN NO ESTAR AL ALCANCE DE CADA EMPRESA INDEPENDIENTE; Y A MENUDO, SÓLO PUEDE DISPONERSE DE -- ELLOS MEDIANTE UNA AGRUPACIÓN DE EXPORTACIÓN.

#### 4.3. CONSOLIDACIÓN DE LA OFERTA EXPORTABLE. -

MUCHOS MERCADOS SÓLO PUEDEN EXPLOTARSE SI LOS PROVEEDORES ESTÁN EN CONDICIONES DE SUMINISTRAR UN VOLUMEN - SUFICIENTEMENTE GRANDE DEL PRODUCTO. EN ESOS CASOS, - LOS PROVEEDORES Y PRODUCTORES MÁS PEQUEÑOS SÓLO TIENEN LA POSIBILIDAD DE RECIBIR PEDIDOS SI FORMAN PARTE DE UNA MÁS AMPLIA ORGANIZACIÓN CENTRALIZADA DE VENTAS, LA CUAL OBTIENE LOS CONTRATOS Y DISTRIBUYE LOS PEDI-

DOS ENTRE LOS PEQUEÑOS PROVEEDORES QUE INTEGRAN LA AGRUPACIÓN.

DE ESTE MODO MUCHOS CONSORCIOS PROSPERARÁN ATENDIENDO GRANDES PEDIDOS Y ABARCANDO UNA AMPLIA GAMA DE PRODUCTOS, DE ESTE MODO EL CONSORCIO PUEDE ADQUIRIR LAS RELACIONES Y ORGANIZAR OPERACIONES COMERCIALES SISTEMÁTICAS, LLEVANDO EN LA PRÁCTICA UN ÉXITO. (14).

#### 4.4. DIVERSIFICACIÓN DE MERCADOS.-

UN CONSORCIO DE EXPORTACIÓN BIEN ORGANIZADO, DOTADO DE PERSONAL IDÓNEO, DEBE ESTAR EN CONDICIONES DE VIGILAR LO QUE ACONTECE EN LOS MERCADOS MUNDIALES, Y DE CENTRAR SU ATENCIÓN EN LOS QUE OFREZCAN MEJORES POSIBILIDADES PARA SUS PRODUCTOS, MEDIANTE UNA PLANIFICACIÓN Y UTILIZANDO TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN DE MERCADO SEGURAS, LA DIRECCIÓN DEL CONSORCIO ESTARÁ EN CONDICIONES DE PROMOVER LAS VENTAS EN VARIOS MERCADOS DE EXPORTACIÓN DE ESTE MODO PODRÁ CONTRARRESTAR UNA EVENTUAL CONTRACCIÓN DE LAS OPERACIONES EN EL MERCADO INTERNO O EN DETERMINADOS MERCADOS DEL EXTRANJERO.

---

14 CENTRO DE COMERCIO INTERNACIONAL UNTAD-GATT: CONSTITUCIÓN Y GESTIÓN DE CONSORCIOS, GINEBRA 1973, P. 21.

LA FLEXIBILIDAD CON QUE UN CONSORCIO REACCIONA A LOS - CAMBIOS DE LA DEMANDA EN DIVERSOS MERCADOS EXTRANJEROS ES PUES, UNA VENTAJA IMPORTANTE QUE SUS POSIBLES MIEMBROS NO DEBEN PASAR POR ALTO. (15).

4.5. REDUCCIÓN DE LAS FLUCTUACIONES ESTACIONALES DE LA ACTIVIDAD COMERCIAL.-

LOS CONSORCIOS PUEDEN ASÍMISMO SACAR VENTAJAS DE LA -- CONTRAPOSICIÓN DE LAS ESTACIONES A CADA LADO DEL ECUADOR. LOS PRODUCTORES DEL HEMISFERIO SUR QUE DEPENDEN PRINCIPALMENTE DE LAS VENTAS DE VERANO OCUPARÁN SUS ACTIVIDADES AL ABASTECIMIENTO DEL MERCADO INTERNO DURANTE MEDIO AÑO Y AL DE LOS MERCADOS DEL HEMISFERIO NORTE EN LA OTRA MITAD. LOS AGRICULTORES DE LAS ZONAS TROPICALES PUEDEN OBTENER GRANDES BENEFICIOS EFECTUANDO VENTAS DE LEGUMBRES, FRUTAS Y FLORES FRESCAS A EUROPA EN INVIERNO. (16)

4.6. ESTRUCTURA DE PLANIFICACIÓN A LARGO PLAZO.-

CUANDO, GRACIAS A UN CONSORCIO, SE CUENTA CON UNA BASE MÁS AMPLIA PARA LOS PEDIDOS DE EXPORTACIÓN Y PUEDE HACERSE UNA ACTIVIDAD EXPORTADORA SISTEMÁTICA POR MEDIO

---

15 IBID., P. 22.

16 CENTRO DE COMERCIO INTERNACIONAL UNTAD-GATT: CONSORCIOS DE EXPORTACIÓN... OP. CIT. P. 23.

DE UNA AGRUPACIÓN CENTRAL EFICAZ, LAS EMPRESAS PUEDEN HACER SUS PLANES PARA EL PORVENIR CON MAYOR SEGURIDAD. LA PLANIFICACIÓN INCLUYE LA CONTRATACIÓN Y CAPACITACIÓN DE PERSONAL; EL AUMENTO DE CAPITAL CON MIRAS A LA EXPANSIÓN; LA INVERSIÓN DE CAPITAL EN NUEVAS MÁQUINAS Y AMPLIACIONES DE FÁBRICA; LA FORMULACIÓN DE PEDIDOS PARA ASEGURAR EL SUMINISTRO REGULAR DE MATERIALES Y EL AUMENTO GRADUAL DE LA CAPACIDAD PRODUCTORA HASTA LLEGAR A LA PRODUCCIÓN EN GRAN ESCALA MEDIANTE LA INSTALACIÓN DE EQUIPOS ESPECIALES Y DE CADENAS DE PRODUCCIÓN EN SERIE.

#### 4.7 POSIBILIDAD DE REDUCIR LOS COSTOS UNITARIOS DE PRODUCCIÓN.-

CUANDO LA ACCIÓN POSITIVA DE UN CONSORCIO PERMITE ACRECENTAR LA DEMANDA GENERAL DE PRODUCTOS DE SUS MIEMBROS, DE MODO TAL QUE ÉSTOS TIENEN QUE AUMENTAR O ESPECIALIZAR CADA VEZ MÁS SU PRODUCCIÓN, EL COSTO UNITARIO DE CADA ARTÍCULO PRODUCIDO TIENDE A DISMINUIR. LOS MIEMBROS DE LA AGRUPACIÓN MEJORAN DE ESTE MODO SU SITUACIÓN COMPETITIVA EN LOS MERCADOS DE EXPORTACIÓN Y EN LOS MERCADOS NACIONALES, YA SEA OBTENIENDO MÁRGENES SUPERIORES DE BENEFICIO POR ARTÍCULO, O BIEN, MAYORES BENEFICIOS GENERALES POR RAZÓN DEL MAYOR VOLUMEN DE VENTAS.

#### 4.8. AUMENTO DE LOS MARGENES DE BENEFICIO MEDIANTE MEJORES PRECIOS, -

LAS AGRUPACIONES PARA LA COMERCIALIZACIÓN MANCOMUNADA DE LAS EXPORTACIONES PUEDEN SACAR PROVECHO DE ESTA DIFERENCIA DE PRECIOS COMERCIALIZANDO SU PRODUCCIÓN O SUS MANUFACTURAS EN LOS MERCADOS EN QUE PUEDAN OBTENER LOS MEJORES PRECIOS. CON UNA GESTIÓN IDÓNEA Y UNA BUENA TÉCNICA DE COMERCIALIZACIÓN, LAS AGRUPACIONES DE EXPORTACIÓN PUEDEN SACAR PARTIDO DE ESTAS DIFERENCIAS APROVECHANDO EL COSTO MÁS BAJO DE LA MANO DE OBRA EN SUS RESPECTIVOS PAÍSES Y LAS DIFERENCIAS DE ESTACIÓN PARA COMERCIALIZAR VENTAJOSAMENTE SUS PRODUCTOS EN EL EXTRANJERO.

#### 4.9 ADQUISICIÓN DE LOS CONOCIMIENTOS TEÓRICO-PRACTICOS DE COMERCIALIZACIÓN INTERNACIONAL, -

POR LO GENERAL, EL PERSONAL DEL CONSORCIO PUEDE TRANSMITIR SUS CONOCIMIENTOS ESPECIALIZADOS AL PERSONAL DIRECTIVO DE LAS EMPRESAS AFILIADAS Y ÉSTOS, EN CONSECUENCIA, PODRÁN COMPRENDER MÁS FÁCILMENTE LAS NECESIDADES DE LA ADMINISTRACIÓN CENTRAL DEL CONSORCIO, POR UNA PARTE; Y LAS DE LOS COMPRADORES EXTRANJEROS, POR LA OTRA. SE RECONOCE QUE LA EXPERIENCIA PRÁCTICA EN COMERCIALIZACIÓN ES MÁS ÚTIL QUE UNA FORMACIÓN EXCLUSIVAMENTE ACADÉMICA.

#### 4.10. INFLUENCIA EN LA MOTIVACIÓN DE LAS EMPRESAS MIEMBROS.-

UNA ACCIÓN DE COMERCIALIZACIÓN MANCOMUNADA DE LAS EXPORTACIONES SUELE EJERCER UNA INFLUENCIA TANGIBLE EN LA MOTIVACIÓN DE LAS EMPRESAS ASOCIADAS. UNA VEZ QUE, DESPUÉS DE REALIZAR CON ÉXITO UNAS OPERACIONES COMERCIALES, LOS MIEMBROS SUELEN SENTIRSE ORGULLOSOS DE FORMAR PARTE DE UNA AGRUPACIÓN QUE ABASTECE A COMPRADORES EXTRANJEROS CON PRODUCTOS DE ALTA CALIDAD Y QUE CONTRIBUYE AL MISMO TIEMPO A PROMOVER LAS EXPORTACIONES DEL PAÍS EN SU CONJUNTO.

#### 4.11. MAYOR CAPACIDAD DE NEGOCIACIÓN.-

LAS AGRUPACIONES DE COMERCIALIZACIÓN MANCOMUNADA COMO YA SE HA DICHO ANTES, PUEDEN FACILITAR LAS RELACIONES ENTRE EL ESTADO Y UN DETERMINADO RAMO DE LA INDUSTRIA. - ADEMÁS, LOS CONSORCIOS PUEDEN PROPORCIONAR A CADA UNO DE LOS PRODUCTORES UN MEDIO DE COMUNICACIÓN MÁS DIRECTO PARA DAR A CONOCER SUS PUNTOS DE VISTA A LAS AUTORIDADES. CUANDO UN CONJUNTO DE EMPRESAS CON PROBLEMAS ANÁLOGOS SE REUNEN PARA LLEVAR A CABO OPERACIONES DE EXPORTACIÓN, PUEDE SER QUE SUS PETICIONES, EXPUESTAS COLECTIVAMENTE, SEAN ATENDIDAS DE UN MODO MÁS EFICAZ QUE SI SE DIRIGIERAN A LAS AUTORIDADES SEPARADAMENTE.



#### 4.12. REDUCCIÓN DE LOS GASTOS DE EXPORTACIÓN.-

EN MUCHOS CASOS, LA PRINCIPAL VENTAJA DE UN CONSORCIO CONSISTE EN COMPARTIR LO QUE PUEDE DENOMINARSE "GASTOS GENERALES DE EXPORTACIÓN". GRACIAS A LA DISTRIBUCIÓN DE LOS GASTOS ENTRE LOS ASOCIADOS RESULTA POSIBLE Y -- RENTABLE, PRODUCIR PARA LA PROMOCIÓN Y VENTA MATERIAL PUBLICITARIO DE MEJOR CALIDAD, A MENUDO EN VARIOS IDIOMAS; COMO TAMBIÉN MANCOMUNANDO SUS ESFUERZOS EN UNA SERIE COMPLETA DE ACTIVIDADES DE PROMOCIÓN, ENTRE ELLAS MISIONES DE VENTA, PRESENTACIÓN DE PABELLONES DE EXPOSICIÓN EN COMÚN Y PUBLICIDAD CONJUNTA DE MARCAS COMERCIALES.

#### 4.13. CONSORCIOS EN LUGAR DE AGENTES DE EXPORTACIÓN.-

SUELEN TENER MÁS ÉXITO LOS CONSORCIOS CUANDO PERSIGUEN OBJETIVOS COMERCIALES CONCRETOS Y OPERAN COMO ENTIDADES DE CARACTER LUCRATIVO Y NO SIMPLEMENTE COMO COMISIONES QUE RECOGEN INFORMACIÓN E INTERCAMBIAN OPINIONES. REALIZAR EXPORTACIONES POR MEDIO DE UN CONSORCIO SUELE SER PREFERIBLE A EFECTUAR VENTAS EN EL EXTRANJERO POR CONDUCTO DE UN AGENTE EXPORTADOR O DE UNA CASA COMERCIAL. EL CONSORCIO ES EN MUCHOS SENTIDOS UNA PROLONGACIÓN DE LAS EMPRESAS EN ÉL ASOCIADAS, YA QUE POR LO GENERAL LO HAN CONSTITUIDO COMO ENTIDAD PROPIA. NORMALMENTE LOS MIEMBROS DETERMINARÁN LA POLÍTICA DEL CONSORCIO POR ME-

DIO DE SU CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN O EN LAS CONDICIONES ESTIPULADAS EN LOS CONVENIOS DE PARTICIPACIÓN. Toda mejora de precios que el consorcio pueda lograr, así como la experiencia que adquiriera el personal de gestión del mismo, constituirán otras tantas ventajas para las empresas asociadas.

En muchos países, debido a la falta de agencias de exportación o de casas comerciales adecuadas, o a que carece de una infraestructura local de comercialización de las exportaciones, el único medio de efectuar exportaciones en forma eficiente sería un consorcio.

Los consorcios suelen tener más éxito cuando persiguen objetivos comerciales concretos y operan como entidades de carácter auténticamente lucrativo y no simplemente como comisiones que recogen información e intercambian opiniones, (17).

---

17 CENTRO DE COMERCIO INTERNACIONAL UNTAD-GATT: CONSTITUCIÓN Y GESTIÓN DE CONSORCIOS, GINEBRA 1973, p. 21-32.

C A P I T U L O   I I

ANTECEDENTES HISTORICOS  
DE LAS  
EMPRESAS DE COMERCIO EXTERIOR

## 1. MARCO HISTORICO.

HISTÓRICAMENTE, EL SURGIMIENTO DE LAS COMPAÑÍAS DE COMERCIO EXTERIOR, EN EL MERCADO MUNDIAL, PARECE HABER SIDO, EN PRINCIPIO, POR LA NECESIDAD QUE LOS PAÍSES SENTIERON DE SALIR DEL AISLAMIENTO EN QUE REALIZABAN EL COMERCIO INTERNACIONAL - PUDIÉNDOSE OBSERVAR SU APARICIÓN A PARTIR DE LA DÉCADA DE 1870, CUANDO POR PRESIONES EJERCIDAS POR RUSIA, FUERON OBLIGADOS -- LOS PAÍSES DEL MUNDO OCCIDENTAL ENTRE ELLOS LOS ESTADOS UNIDOS, A ABRIR SUS PUERTAS AL MERCADO EXTERIOR, PROVOCANDO EL DESARROLLO INDUSTRIAL DE LAS NACIONES QUE SE ENCUADRABAN ENTRE LOS QUE HACÍAN DEL COMERCIO INTERNACIONAL LA MAYOR FUENTE DE SU ECONOMÍA. (18)

## 2. JAPON.

JAPÓN, CUYA EXPERIENCIA EN LA MATERIA REPRESENTA LOS MÁS VALIOSOS HECHOS, EN EL SIGLO PASADO SE MANTENÍA EN ESTADO DE SUBDESARROLLO INDUSTRIAL, CUANDO SENTIÓ LA NECESIDAD DE LANZARSE A LA REALIDAD, PRINCIPALMENTE POR INFLUENCIA DEL COMERCIO DE EXPORTACIÓN DE CHINA EJERCIDO POR COMPAÑÍAS EXTRANJERAS, LAS CUALES MANIPULABAN CERCA DE 95% DE LAS EXPORTACIONES E IMPORTACIONES JAPONESAS, POR FALTA DE CONDICIONES MATERIALES Y TRANSACCIONALES, INDISPENSABLES A LA NATURALEZA DE LAS OPERACIONES DEL MERCADO INTERNACIONAL.

FUE A PARTIR DEL PROCESO DE LA LLAMADA RESTAURACIÓN MEIJI, HACE CERCA DE 100 AÑOS, QUE EL JAPÓN EMPEZÓ SU FASE DE TRANSFORMACIÓN ECONÓMICA, EVOLUCIONANDO DEL SISTEMA FEUDAL TRADICIONAL, PARA PROCESOS MODERNOS DE COMERCIALIZACIÓN, QUE LE PERMITIERA PARTICIPAR CON MAYOR SIGNIFICACIÓN EN EL COMERCIO EXTERNO.

ÁPROVECHANDO LOS ESTÍMULOS DADOS POR EL GOBIERNO JAPONÉS, LAS EMPRESAS QUE YA VENÍAN INTEGRANDO GRAN PARTE DE SU COMERCIO, PARTIERON POR LA FORMACIÓN DE LAS COMPAÑÍAS DE COMERCIO EXTERIOR, SURGIENDO LAS PRIMERAS EN LA DÉCADA DE 1870, COMO NECESIDAD DE FUNDAR EMPRESAS JAPONESAS INDEPENDIENTES QUE TOMASEN A SU CARGO LAS TAREAS RELACIONADAS CON LA IMPORTACIÓN Y EXPORTACIÓN, PROMOVRIENDO EL DESARROLLO DE NUEVOS MERCADOS DE EXPORTACIÓN, FUENTES DE MATERIA PRIMA, SISTEMA DE TRANSPORTE, COMUNICACIÓN, PROMOCIÓN DE COMERCIO, ETC.

EN ESTE PERÍODO, ELLAS SURGIERON COMO EMPRESAS DEDICADAS AL COMERCIO INTERNACIONAL, YA QUE EN EL COMERCIO INTERNO ALGUNAS DE ELLAS REPRESENTADAS POR FAMILIAS TRADICIONALES, YA EXISTÍAN HACE 300 AÑOS, PUDIENDO SER CITADAS TRES, DE ELLAS, LAS CUALES HOY REPRESENTAN LAS MAYORES COMPAÑÍAS DE COMERCIO EXTERIOR, O SEA MITSUBISHI, MITSUI Y MARUBENI.

EN AQUELLA ÉPOCA INTRODUCTORIA HABÍA UNA CIERTA TENDENCIA A DEDICARSE A UN RAMO ESPECÍFICO, ESPECIALIZÁNDOSE DE ACUERDO CON LA NECESIDAD EXISTENTE, CUYA PREDOMINACIÓN RESIDÍA, EN --

AQUELLA OCASIÓN, EN EL TRANSPORTE MARÍTIMO, JUSTIFICÁNDOSE - ASÍ, EL SURGIMIENTO DE LAS COMPAÑÍAS ESPECIALIZADAS EN ESA - ACTIVIDAD.

TRANSCURRIDO ESTE PERÍODO EXPERIMENTAL CON RELATIVA PROSPERIDAD, PASARON A CONSTITUIRSE COMPAÑÍAS GENERALES DE COMERCIO EXTERIOR, BASÁNDOSE EN LA POLÍTICA GUBERNAMENTAL DE ESTIMULAR LA FORMACIÓN DE INDUSTRIAS Y LA AMPLIACIÓN DEL COMERCIO EXTERIOR.

SE HACE NOTAR, QUE ESAS EMPRESAS, DENOMINADAS 'ZAIBATSU', - AUNQUE DIVERSIFICADAS, MANTENÍAN EL CONTROL FAMILIAR Y SU CRECIMIENTO FUE TAL, QUE EN 1910 CONSIGUIERON AUMENTAR LA PARTICIPACIÓN DE LAS FIRMAS JAPONESAS EN EL COMERCIO EXTERIOR DEL JAPÓN, EN MÁS DE 50% EJERCIENDO UNA SERIE DE ACTIVIDADES TANTO EN EL SECTOR TRANSPORTE, COMERCIALIZACIÓN, ASTILLEROS; MINERÍA, BANCARIO, ETC, PERMANECIENDO LA ADMINISTRACIÓN CENTRALIZADA, ACTIVA Y VIGOROSA, EN LAS MANOS DE LA FAMILIA TITULAR. DE AHÍ QUE SE CONSIDERA A LOS ZAIBATSUES RESPONSABLES - DEL DESARROLLO COMERCIAL JAPONÉS Y, POR EL SURGIMIENTO Y POLIFERACIÓN DE LAS COMPAÑÍAS DE COMERCIO EXTERIOR, UNA VEZ QUE CADA FAMILIA, AL DIVERSIFICARSE SU RADIO DE ACCIÓN EN PRODUCTOS Y ACTIVIDADES NUEVAS, NECESARIAMENTE SE TRANSFORMABAN EN COMPAÑÍAS GENERALES DE COMERCIO EXTERIOR. EL PODER DE ESAS EMPRESAS FAMILIARES NO SE LIMITABAN SOLAMENTE AL DESARROLLO DEL MERCADO INTERNO, LO CUAL YA LES GARANTIZABAN LA MAYOR PARTE DE SUS VENTAS, NI EXCLUSIVAMENTE AL TIPO DE PRODUCTO DE SU

FABRICACIÓN, PERO DEPENDIENDO DE LA DEMANDA QUE SE SENTÍAN COMPROMETIDOS A ATENDER, SE ASOCIABAN A UNA VARIEDAD DE PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS QUE EXPLORABAN EN EL PRODUCTO, PERMITIENDO ASÍ, QUE CIERTAS FIRMAS SIN CONDICIONES DE ENTRAR EN EL MERCADO EXTERNO, TUVIESEN SUS PRODUCTOS CONOCIDOS EN EL MERCADO INTERNACIONAL.

POSTERIORMENTE, AL FINALIZAR LA SEGUNDA GUERRA MUNDIAL, EXPERIMENTARON LAS COMPAÑÍAS DE COMERCIO EXTERIOR UN PERÍODO DE CRISIS ACENTUADA, OCURRIDO PRINCIPALMENTE POR LA INTERVENCIÓN DE LA POLÍTICA MILITAR DE LAS FUERZAS ALIADAS, QUE MONOPOLIZANDO EL COMERCIO EXTERNO INTENTARON DISOLVER ESOS GRUPOS A TRAVÉS DE MEDIDAS SEVERAS, EN EL SENTIDO DE DESCENTRALIZACIÓN DE LAS GRANDES POTENCIAS ECONÓMICAS QUE DOMINABAN AL COMERCIO JAPONÉS.

EL FRACCIONAMIENTO DE ESAS COMPAÑÍAS DE COMERCIO EXTERIOR, EN CENTENAS DE FIRMAS, DEBILITÓ SENSIBLEMENTE EL PODER DE TRANSACCIÓN DE LAS EMPRESAS Y AUNQUE EN 1950 YA ESTABA LIBERADO EL COMERCIO EXTERIOR PARA LAS ENTIDADES PRIVADAS, MUCHAS DE ELLAS FUERON OBLIGADAS A QUEBRAR.

EL ESTABLECIMIENTO Y FORTALECIMIENTO DE LAS COMPAÑÍAS DE COMERCIO EXTERIOR JAPONESAS, SÓLO FUE POSIBLE OTRA VEZ, AL ADOPTAR UN INTENSO PROGRAMA DE CONSOLIDACIÓN, A PARTIR DE 1953, POR INTERMEDIO DE LA ASISTENCIA PRESTADA POR EL BANCO DEL JAPÓN, PERMITIENDO QUE LAS COMPAÑÍAS VOLVIERAN A IMPULSAR LA ECONOMÍA JAPONESA, SOLIDIFICÁNDOLA A TAL PUNTO QUE, -

EN 1955 PASASE A SER CONSIDERADA POR EL ÁMBITO MUNDIAL, COMO NACIÓN MEDIANAMENTE ADELANTADA. (19).

OBSÉRVESE POR LO TANTO, QUE LAS COMPAÑÍAS DE COMERCIO EXTERIOR JAPONESAS NO FUERON FORMADAS SISTEMÁTICAMENTE SINO COMO SECUENCIA DE UN GRAN LAPSO DE DESARROLLO, RESULTADO DE UNA GENERACIÓN POSEEDORA DE UN TERRITORIO LIMITADO Y POBRE EN RECURSOS NATURALES, POR ESTO MISMO CONSIDERADA, DESPUÉS DE LA SEGUNDA GUERRA A UNA GRAN NECESIDAD DE DIVISAS PARA COMPRAR ALIMENTOS Y MATERIA PRIMA INDUSTRIAL, RESTÁNDOLE COMO ALTERNATIVA CASI EXCLUSIVAMENTE EL RECURSO DE LA EXPORTACIÓN. EN EL PRINCIPIO, LAS COMPAÑÍAS DE COMERCIO EXTERIOR SUFRIERON TAMBIÉN LIMITACIONES NATURALES A CUALQUIER ECONOMÍA SUBDESARROLLADA, REPRESENTADA POR LA PEQUEÑA CAPACIDAD DE LAS FÁBRICAS Y DE LOS RECURSOS LINGÜÍSTICOS DE SUS FUNCIONARIOS Y SUS FABRICANTES, DIFICULTANDO LA EXPLORACIÓN DEL MERCADO MUNDIAL. ESTA EXPLORACIÓN TUVO QUE SER HECHA A TRAVÉS DE PEQUEÑO EQUIPO, PREVIAMENTE PREPARADO PARA RECORRER EL MUNDO CON CATÁLOGOS Y MUESTRARIOS, OFRECIENDO SUS MERCANCÍAS EXPORTABLES.

---

19 WARREN S. HUNSBERGER: JAPAN AND THE UNITED STATES IN WORLD TRADE. HARPER AND ROW PARA EL CONSEJO DE RELACIONES EXTERIORES. NUEVA YORK, 1964. P. 45-49.



A PARTIR DEL SURGIMIENTO DE LAS COMPAÑÍAS DE COMERCIO EXTERIOR, COMO BASE EN LA EXPERIENCIA JAPONESA, LA APARICIÓN - DE ESTE TIPO DE EMPRESA HA SIDO CADA VEZ EN NÚMERO MAYOR, COMO ELEMENTO DINAMIZADOR DEL PROCESO EXPORTADOR, PUDIENDO CITAR, ENTRE OTRAS DETERMINANTES DE SUS EXISTENCIA, LOS SIGUIENTES FACTORES:

- A) CAPACIDAD PARA OBTENER ECONOMÍAS DE ESCALA EN EL TRANSPORTE, ALMACENAJE Y OTRAS ÁREAS RELACIONADAS CON EL SISTEMA DE DISTRIBUCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE IMPORTACIÓN Y EXPORTACIÓN.
- B) CAPACIDAD PARA ABSORBER LOS RIESGOS DEL NEGOCIO INHERENTES AL MANEJO DE GRAN VARIEDAD DE PRODUCTOS, PROVEYENDO EL FINANCIAMIENTO DE ARTÍCULOS TRANSACCIONALES EN EL COMERCIO INTERNACIONAL.
- C) CAPACIDAD PARA PROVEER FINANCIAMIENTO Y TECNOLOGÍA - ENCAUZANDO AL LANZAMIENTO DE PROYECTOS DE MAYOR IMPORTANCIA Y REORGANIZACIÓN DE CANALES DE DISTRIBUCIÓN.
- D) EXPANSIÓN DE LOS RECURSOS EXTERNOS, A FIN DE FACILITAR LA ENTRADA DE MATERIA PRIMA EXTERNA INDISPENSABLE A LOS PAÍSES MANUFACTUREROS.

E) INVERSIONES PARA FACILIDADES DE PRODUCCIÓN EN EL EXTRANJERO. DENTRO DE LAS ACTIVIDADES DESARROLLADAS POR LAS COMPAÑÍAS DE COMERCIO EXTERIOR, SE PUEDE -- MENCIONAR LA INVERSIÓN DE MUCHOS CAMPOS DE LA ECONOMÍA, FORZANDO A AUMENTAR LAS REDES DE VENTAS INTERNACIONALES, TANTO DE EXPORTACIONES COMO DE COMERCIO CON TERCEROS PAÍSES, SINTIÉNDOSE INCLUSO LA NECESIDAD DE DIVERSIFICACIÓN DE SU LÍNEA DE PRODUCCIÓN, - PARA QUE NO HUBIESE CONCENTRACIÓN EN DETERMINADO TIPO DE PRODUCTO, COMO EN EL CASO DE LA INDUSTRIA FABRIL, QUE LLEVÓ A MUCHAS DE LA COMPAÑÍAS A LA BANCARROTA, PRINCIPALMENTE EN LA FASE CRÍTICA DE POST-GUERRA DONDE SE HIZO NECESARIA LA INTERVENCIÓN GUBERNAMENTAL.

UNO DE LOS FACTORES QUE SE TIENEN EN CONSIDERACIÓN, COMO DESCRÉDITO A LA SOBREVIVENCIA DE LAS COMPAÑÍAS DE COMERCIO EXTERIOR, ES JUSTAMENTE LA CONCENTRACIÓN DE PRODUCTORES, EN LA CREACIÓN DE NUEVOS ARTÍCULOS FABRICADOS EN MASA, DISMINUYENDO ASÍ LA NECESIDAD DE INTERMEDIARIOS EN LOS CANALES DE DISTRIBUCIÓN, PERO EN CONTRAPARTIDA, SURGEN TAMBIÉN LA CONCENTRACIÓN DE LOS COMPRADORES. ESTE TANTO, A MEDIDA QUE ESAS - ACTIVIDADES SE DESARROLLARON, LO MISMO HABÍA OCURRIDO, EN RELACIÓN AL CAMPO DE ACTUACIÓN DE LAS COMPAÑÍAS DE COMERCIO EXTERIOR, ASÍ ES QUE, HASTA 1960 SUS ACTIVIDADES SE LIMITABAN APENAS, AL MOVIMIENTO DE LA DOCUMENTACIÓN RELATIVA A LAS TRANSACCIONES DE IMPORTACIÓN Y EXPORTACIÓN, PROPORCIONAMIENTO DE TRANSPORTES Y SERVICIOS DE ALMACENAJE.

A PARTIR DE ESA ÉPOCA, SE OBSERVÓ GRAN CRECIMIENTO EN EL ÁMBITO DE LAS ACTIVIDADES DE LAS COMPAÑÍAS DE COMERCIO EXTERIOR YA QUE EN LA ACTUALIDAD OPERAN EN JAPÓN ALGO MENOS DE 5,600 DE ESTAS EMPRESAS QUE SIGNIFICAN EL 69.6% Y EL 80.3% RESPECTIVAMENTE, EN LAS EXPORTACIONES E IMPORTACIONES TOTALES DE JAPÓN. ENTRE ELLAS 21 EMPRESAS MANEJAN EL 63% Y EL 74% DEL TOTAL DE LAS EXPORTACIONES JAPONESAS, RESPECTIVAMENTE. (20)

POR EL VOLUMEN DE SUS ACTIVOS, LAS PRINCIPALES EMPRESAS DE COMERCIO EXTERIOR, VIRTUALMENTE MONOPOLIZAN TODAS LAS ACTIVIDADES COMERCIALES PUES SOLO 13 DE ELLAS CONTROLAN EL 59% Y EL 68% RESPECTIVAMENTE DE LAS EXPORTACIONES E IMPORTACIONES DEL JAPÓN.

JUEGAN UN IMPORTANTE PAPEL COMO "HOLDING COMPANIES" YA QUE OPERAN COMO COORDINADORAS DE LOS GRUPOS INDUSTRIALES Y FRECUENTEMENTE TIENEN ACCIONES DE LAS PRINCIPALES EMPRESAS FABRILES CUYOS PRODUCTOS MANEJAN. CADA EMPRESA DE COMERCIO EXTERIOR PERTENECE A ALGÚN GRUPO DE EMPRESAS DE LAS QUE, SIN EMBARGO, COORDINA CUANDO EL GRUPO EMPRENDE UNA INVERSIÓN CONJUNTA Y REQUIERE DE UNA PROMOCIÓN ÚNICA.

---

WARREN S. HUNSBERGER: OP. CIT., P.54.

ENTRE LAS EMPRESAS INDUSTRIALES QUE MANEJAN ESTÁN LAS DE MAQUINARIA, ACERO Y MADERA. AL MANEJAR MAQUINARIA NO SOLAMENTE LA OFRECEN EN EL MERCADO SINO QUE TAMBIÉN SE HACEN CARGO - DE LA INSTALACIÓN DE ELLA, OPERAN TALLERES DE MANTENIMIENTO Y RENTAN EQUIPO.

UN ASPECTO MUY INTERESANTE DE ESTAS EMPRESAS ES QUE NO SOLAMENTE SE DEDICAN A LA COMPRA-VENTA DE ARTÍCULOS JAPONESES - SINO QUE PARTICIPAN COMO INTERMEDIARIOS EN EL COMERCIO ENTRE TERCEROS PAÍSES, CONSTRUYENDO FÁBRICAS EN EL EXTRANJERO Y HACEN INVERSIONES EN GRAN ESCALA PARA EXPLOTAR RECURSOS NATURALES EN ELLOS. CADA VEZ ES MÁS IMPORTANTES ESTE TRABAJO DE - INTERMEDIACIÓN Y NO ES EXTRAÑO QUE COMPREN HULE EN SINGAPUR PARA VENDERLO EN MÉXICO. (21)

TODO LO ANTERIOR DEMUESTRA QUE ESTAS EMPRESAS NO SON NADA MÁS COMERCIALES SINO TAMBIÉN CONSORCIOS MONOPOLÍTICOS INDUSTRIALES, BANCARIOS Y DE TRANSPORTE QUE FRECUENTEMENTE EJERCEN FUNCIONES DE PLANEACIÓN Y COORDINACIÓN DE LAS EMPRESAS,

ESTAS CARACTERÍSTICAS LAS HACEN QUE NO TENGAN PARALELO - CON NADA EXISTENTE EN NINGÚN OTRO PAÍS. EXISTEN POR SUPUESTO EMPRESAS COMERCIALES MUY PODEROSAS Y DIVERSIFICADAS EN -- OTROS PAÍSES DESARROLLADOS COMO SON EN LOS ESTADOS UNIDOS, -

---

21 MANUAL PARA LA FORMACION Y OPERACION DE EMPRESAS COMERCIALIZADORAS, OP. CIT., P.13-15.

POR EJEMPLO, ANDERSON CLAYTON E. Co., QUE AUNQUE SE ESPECIALIZA EN EL ALGODÓN CUENTA CON FILIALES QUE PRODUCEN Y COMERCIALIZAN UNA AMPLIA GAMA DE ARTÍCULOS; LOUIS DRYFUS E. COL., CUYO PRINCIPAL CAMPO DE ACCIÓN SON LOS CEREALES, O LA UNITED AFRICA DE INGLATERRA QUE ES MUCHO MÁS PARECIDA A LAS EMPRESAS GENERALIZADAS DEL JAPÓN, PERO QUE FUNDAMENTALMENTE CONSISTE EN UNA FIRMA "COLONIAL" DE RADIO DE ACCIÓN MUCHO MÁS LIMITADO QUE LAS EMPRESAS JAPONESAS. (22).

LA "SOHO SHOSHA", LA COMPAÑÍA JAPONESA DE INTERCAMBIO -- COMERCIAL GENERAL, SE CONVIRTIÓ EN GRANDES COMPAÑÍAS DE EXPORTACIÓN Y COMERCIO INTERNACIONAL, PARTIENDO DE UNA BASE DE NEGOCIOS DE IMPORTACIÓN A GRAN ESCALA DE MATERIAS PRIMAS Y "COMMODITIES" NECESITADOS POR JAPÓN PARA CONSTRUIR SUS PROGRAMAS DE DESARROLLO Y EXPORTACIONES Y PARTIENDO ADEMÁS DE NEGOCIOS COMERCIALES DOMÉSTICOS A GRAN ESCALA, EL "SOHO SHOSHA" SE HA ESPECIALIZADO EN TRANSACCIONES DE EXPORTACIÓN A GRAN ESCALA DE PRODUCTOS INDUSTRIALES TERMINADOS PESADOS, "COMMODITIES" Y SISTEMAS; ADEMÁS DE TRANSACCIONES A GRAN ESCALA DE PRODUCTOS DURADEROS DE CONSUMO EN LUGAR DE TRANSACCIONES DE EXPORTACIÓN A PEQUEÑA ESCALA DE PRODUCTOS FINALES ESPECIALIZADOS PARA CONSUMIDORES FINALES. JAPÓN HA DESARROLLADO UNA GRAN CANTIDAD DE

---

22 ANALISIS Y PERSPECTIVAS DE AMERICA LATINA: COMPAÑÍAS DE COMERCIO EXTERIOR; EXTRACTADO EL TRABAJO POR VARIOS, NOVIEMBRE DE 1983, P. 12.

PRODUCTOS EXPORTABLES DE ALTA CALIDAD DE PRODUCTORES QUE PUEDEN SUMINISTRAR ESOS PRODUCTOS EN CANTIDADES Y A PRECIOS QUE RESPALDAN LAS TRANSACCIONES DE GRAN ESCALA. JAPÓN TIENE UNA INFRAESTRUCTURA EFICIENTE Y MUY DESARROLLADA DE INVESTIGACIONES Y DESARROLLO, SERVICIOS DE APOYO COMERCIAL Y DE NEGOCIOS, LOGÍSTICA Y DISTRIBUCIÓN. EL MISMO "SOHO SHOSHA" ESTÁ CAMBIANDO SU PROPIO CONCEPTO DE NEGOCIOS PARA RESPONDER MEJOR A LOS GRANDES CAMBIOS EN LA ECONOMÍA DOMÉSTICA JAPONESA (EN DONDE REALIZAN EL 50% DE SUS NEGOCIOS); CAMBIOS EN EL AMBIENTE INTERNACIONAL DE NEGOCIOS Y CAMBIOS EN LA POLÍTICA INDUSTRIAL DE JAPÓN TENDIENTES A PASAR DE UNA INDUSTRIALIZACIÓN INTENSIVA EN CONSTANTE EXPANSIÓN A UNA POLÍTICA POST-INDUSTRIAL MÁS BALANCEADA COMBINADA CON IMPORTANTES DIRECCIONES NACIONALES HACIA LA TECNOLOGÍA DE INFORMACIÓN Y SERVICIOS Y LOS MERCADOS INTERNACIONALES PARA ACELERAR EL CRECIMIENTO DE DICHAS TECNOLOGÍAS. (23).

### 3. INGLATERRA.

EN CUANTO AL CASO DE INGLATERRA, TENEMOS QUE EN ESTE PAÍS, ENTRE LAS EMPRESAS MÁS COMUNES DEDICADAS A ESTAS ACTIVIDADES, SON LAS CONOCIDAS COMO "TRADING COMPANIES", SIENDO SU ESCRITURA, EN GENERAL MUY SIMPLE, HACEN NEGOCIOS EN SU PROPIO NOMBRE

---

23 TESIS ANCE (ASOCIACIÓN NACIONAL DE CONSORCIOS Y COMPAÑÍAS DE COMERCIO EXTERIOR, A.C.): MÉXICO, D.F., JULIO 1982, P. 8.

O ACTUAN COMO AGENTES DESTACANDO PAPEL EN OPERACIONES.

BASAN SUS OPERACIONES EN CONTACTAR EXPORTADORES E IMPORTADORES DE DIVERSAS PARTES DEL MUNDO, Y PRÁCTICAMENTE NUNCA MANEJAN LAS MERCANCÍAS, BASAN SUS INGRESOS EN COMISIONES OBTENIDAS POR LO ANTERIOR. MÁS COMPLETAS SON LAS DEMANDAS -- "EXPORT HOUSES", EMPRESAS PRIVADAS CUYOS ORÍGENES SE REMONTAN A LAS GRANDES COMPAÑÍAS COLONIALES DE LOS SIGLOS XVII, XVIII Y XIX. OFRECEN SERVICIOS A EMPRESAS EXTRANJERAS QUE DESEAN VENDER EN EL MERCADO BRITÁNICO.

DURANTE SU ACTUACIÓN A LO LARGO DEL TIEMPO, FUERON PIONEROS EN LA APERTURA DE VARIOS MERCADOS Y DIÉRON ORIGEN A MUCHOS BANCOS COMERCIALES ACTUALES. (24)

NO EXISTE LEGISLACIÓN ESPECÍFICA QUE REGULE ESTE TIPO DE EMPRESAS, NI TAMPOCO ESTÍMULOS, FACILIDADES, INCENTIVOS, ETC. POR PARTE DEL GOBIERNO BRITÁNICO, PARA FOMENTAR LAS ACTIVIDADES DE LOS COMERCIOS O CASAS DE COMERCIO EXTERIOR.

EL BRITISH OVERSEAS TRADE BOARD, ORGANISMO OFICIAL CREADO EN 1972, ES EL ENCARGADO DE COORDINAR LAS POLÍTICAS DE FOMENTO A LAS EXPORTACIONES EN EL REINO UNIDO, ESTÁ INTEGRADO

---

24 CENTRO DE ESTUDIOS EN COMERCIO INTERNACIONAL, IMCE; CURSO EMPRESAS DE COMERCIO EXTERIOR, SEPTIEMBRE 1985. OP. CIT., P. 225.

POR MIEMBROS Y REPRESENTANTES DEL MINISTERIO DE COMERCIO, - MINISTERIO DE INDUSTRIA, MINISTERIO DE RELACIONES EXTERIORES, DEL EXPORT CREDITS GUARANTEE DEPARTMENT Y DEL SECTOR PRIVADO.

LAS EXPORTACIONES NO ESTÁN SUJETAS A IMPUESTOS, LICENCIAS O REQUISITOS ESPECIALES, CON EXCEPCIÓN DE ALGUNAS MERCANCÍAS.

LAS FUNCIONES DE EXPORTACIÓN DE ESTE PAÍS SE VEN CUMPLIDAS CON LAS ACTIVIDADES BIEN SEA DE LAS PROPIAS EMPRESAS MANUFACTURERAS O POR EL TIPO DE EMPRESAS DE COMERCIO EXTERIOR DESCRITAS, Y QUE NO ES NECESARIO NINGÚN INCENTIVO FISCAL PARA MOTIVAR EXPORTACIONES SOLAMENTE UTILIZAN CAMPAÑAS DE PROMOCIÓN.

TAMBIÉN EXISTE EL BRITISH EXPORT HOUSES ASSOCIATION, -- INSTITUCIÓN QUE PROMUEVE LOS SERVICIOS DE LOS CONSORCIOS EN ESTE PAÍS.

COMO ÚNICO APOYO QUE TIENEN ES EL FINANCIERO Y SON LOS - CRÉDITOS PREFERENCIALES Y GARANTÍAS A CONTRATOS DE EXPORTACIÓN APROBADO POR EL EXPORT CREDIT GUARANTEE DEPARTMENT. (26)

---

26 IBID., P. 226.



#### 4. ALEMANIA.

EN LA REPÚBLICA FEDERAL DE ALEMANIA, EXISTEN ÚNICAMENTE EMPRESAS QUE SE DEDICAN A LA EXPORTACIÓN Y/O IMPORTACIÓN, - POR EL TIPO DE BIENES QUE SE EXPORTAN, A SABER EN SU GRAN MAYORÍA BIENES DE CAPITAL ALTAMENTE SOFISTICADOS, ESTAS EMPRESAS SE HAN VISTO OBLIGADAS A ESPECIALIZARSE PARA PODER EXISTIR.

ESTAS EMPRESAS DE "COMERCIO EXTERIOR" SON TOTALMENTE PRIVADAS Y NO RECIBEN ABSOLUTAMENTE NINGÚN APOYO PARA CONSTITUIRSE, LAS MISMAS PUEDEN ACTUAR COMO IMPORTADORES, COMO AGENTES Y/O BROKERS, ACTUANDO SIMULTÁNEAMENTE EN AMBOS ASPECTOS.

ESTAS EMPRESAS SE ENCUENTRAN ASOCIADAS EN LA "ARBEITSGENOSINSHAFT DER DEUTSCHEN EXPORTVEREINE" FORMADA POR LA ASOCIACIÓN DE EXPORTADORES DE HAMBURGO, LA ASOCIACIÓN DE EXPORTADORES DE BREMEN, LA ASOCIACIÓN DE COMERCIO EXTERIOR DE ROMANIA DEL NORTE WESTFALIA, LA ASOCIACIÓN FEDERAL DE EXPORTADORES DE PRODUCTOS DE HIERRO Y METAL Y POR LA ASOCIACIÓN FEDERAL DE COMERCIO EXTERIOR Y AL POR MAYOR DE BAVARIA.

ESTAS EMPRESAS PAGAN UNA CUOTA DETERMINADA PARA GOZAR DE LOS SERVICIOS QUE LES OFRECEN, BÁSICAMENTE INFORMATIVOS.

CABE AGREGAR QUE EL TIPO DE EMPRESAS DE "COMERCIO EXTERIOR" ALEMANA, NO SOLO SON UN COMPLEMENTO Y PARTE FUNDAMENTAL DE LA INDUSTRIA ALEMANA, SINO QUE SU IMPORTANCIA LEJOS DE REDUCIRSE, HAN IDO EN AUMENTO.

ESTAS EMPRESAS PUEDEN OFRECER SERVICIOS COMO DE MERCADEO, FINANCIAMIENTO Y PUEDEN INCLUSO TOMAR EL RIESGO DEL NEGOCIO EN CASO DE PROBLEMAS POLÍTICOS CON EL PAÍS COMPRADOR O VENDEDOR, SU CONOCIMIENTO DEL MERCADO INTERNACIONAL, ASÍ COMO SU INFRA ESTRUCTURA, LES DAN VENTAJAS ADICIONALES E INCLUSO GRANDES - EMPRESAS ALEMANAS QUE CUENTAN CON UN DEPARTAMENTO PROPIO DE COMERCIO EXTERIOR, CONTRATAN A UNA EMPRESA COMERCIALIZADORA ENCARGÁNDOLE VENDER O COMPRAR UN DETERMINADO PRODUCTO.

EN FRANCIA, LAS SOCIEDADES DE COMERCIO EXTERIOR Y LOS -- PRESTATARIOS DE SERVICIO A LA EXPORTACIÓN, TIENEN VARIOS TIPOS DE ACTIVIDAD. ALGUNAS COMPAÑÍAS REAGRUPAN DOS O MÁS DE ESTAS ACTIVIDADES. (27)

PODEMOS CONCLUIR DICIENDO QUE LAS COMPAÑÍAS DE COMERCIO EXTERIOR HAN PRESENTADO EL MAYOR IMPACTO, QUE CUALQUIER OTRA INSTITUCIÓN COMPROMETIDA EN EL FLUJO DE INTERCAMBIO DE BIENES Y SERVICIOS EN EL COMERCIO MUNDIAL, SE HA DICHO QUE UNO DE LOS CAMBIOS MÁS SIGNIFICATIVOS EN LAS INSTITUCIONES DE ECONOMÍA INTERNACIONAL, DURANTE LAS ÚLTIMAS DÉCADAS HA SIDO EL IMPACTO DE ESTAS COMPAÑÍAS.

C A P I T U L O   I I I

LAS EMPRESAS DE COMERCIO EXTERIOR  
EN EL DERECHO MEXICANO

## 1. ANTECEDENTES

EN AGOSTO DE 1971 EL GOBIERNO DE LOS ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA, ABANDONÓ EL PATRÓN ORO Y ESTABLECIÓ UN 10% DE IMPUESTO A LAS IMPORTACIONES PARA PROTEGER SU ECONOMÍA, CON LO CUAL SE EFECTUABAN LAS EXPORTACIONES MEXICANAS.

LAS AUTORIDADES MEXICANAS DESEANDO IMPULSAR LAS EXPORTACIONES DE PRODUCTOS MANUFACTURADOS, CONSIDERARON CONCEDER UNA DEVOLUCIÓN DE IMPUESTOS INDIRECTOS Y EL GENERAL DE IMPORTACIÓN, POR CONDUCTO DEL CERTIFICADO DE DEVOLUCIÓN DE IMPUESTOS -CEDI- ADICIONAL DE 10% AL INCREMENTO DE LAS EXPORTACIONES CON BASE AL AÑO ANTERIOR Y PARA EL SIGUIENTE AÑO, OTRO 10% SEGÚN EL CRECIMIENTO EXPERIMENTADO EN ESE MOMENTO.

MESES ANTES LOS ORGANISMOS CÚPULA EMPRESARIALES, EN ESPECIAL LA CONFEDERACIÓN DE CÁMARAS INDUSTRIALES -CONCAMIN-, HABÍAN PRESENTADO UN PROYECTO PARA CONSTITUIR EMPRESAS COMERCIALES, ESPECIALIZADAS EN COMERCIO EXTERIOR, EN NUESTRO PAÍS, ANTE LOS RESULTADOS OBSERVADOS EN OTRAS NACIONALES -JAPÓN, COREA, ISRAEL- Y LA NECESIDAD APREMIANTE, EN MÉXICO, DE ATENDER LA UNIFICACIÓN DE OBJETOS Y ESFUERZOS DE QUIENES PARTICIPABAN YA EN LA ACTIVIDAD EXPORTADORA PARA TRATAR DE ABRIR LOS COSTOS DE OPERACIONES, PROMOVER AGRESIVAMENTE LAS VENTAS AL EXTERIOR, BUSCAR COLOCAR NUEVOS PRODUCTOS Y ABRIR NUEVOS MERCADOS, ASÍ COMO PROPICIAR LA PARTICIPACIÓN DE PEQUEÑAS Y --

MEDIANAS EMPRESAS EN LA COMERCIALIZACIÓN INTERNACIONAL A TRAVÉS DE ENTIDADES QUE ASEGURAN UN ESFUERZO EXPORTADOR CONSTANTE Y PROFESIONAL.

SE CONSIDERABA, ASÍMISMO, QUE ESTE TIPO DE EMPRESAS PERMITIRÍAN INTEGRAR UNA OFERTA MÁS ORGANIZADA YA SEA POR LÍNEAS DE PRODUCTOS SIMILARES, COMPLEMENTARIAS, O DIFERENTES, LOGRANDO UNA MAYOR COMPETITIVIDAD TANTO EN MERCADOS YA CONOCIDOS - COMO EN LOS NO TRADICIONALES.

SE INDICÓ QUE NO ERA CONVENIENTE AUMENTAR LOS ESTÍMULOS AL EXPORTADOR TRADICIONAL SINO QUE LO MÁS IMPORTANTE PARA EL PAÍS ERA DE ALICIENTES PARA QUE PUDIERAN INICIAR EXPORTACIONES UN MAYOR NÚMERO DE EMPRESAS, POR LO QUE SE PROPONÍA QUE SE ELIMINARA EN ESE ENTONCES EXISTENTE TRIPLE SUBSIDIO (28) QUE SE CONCEDÍA DIRECTAMENTE AL INDUSTRIAL Y PROHIBÍA SU OTORGAMIENTO A CUALQUIER INTERMEDIARIO.

EL IMCE EN 1971 SOLICITÓ LA COLABORACIÓN DE UN GRUPO DE EXPERTOS DE JAPAN EXTERNAL TRADING ORGANIZATION -JETRO- A EFECTO DE DEFINIR, EN FORMA CONJUNTA, EL MODELO DE EMPRESAS DE COMERCIO EXTERIOR PARA NUESTRO PAÍS, TOMANDO EN CUENTA SU MARCO ECONÓMICO, DE PRODUCCIÓN Y RECURSOS HUMANOS.

---

28 ACUERDO SOBRE ESTÍMULOS A LA EXPORTACIÓN DE ARTÍCULOS MANUFACTURADOS Y SU CIRCULAR REGLAMENTARIA PUBLICADOS EN EL DIARIO OFICIAL DE LA FEDERACIÓN EL 27 DE SEPTIEMBRE DE -- 1961 Y 20 DE JUNIO DE 1962, RESPECTIVAMENTE.

FUE EN ESE MISMO AÑO QUE SE ESTABLECIERON LAS BASES PARA LA CREACIÓN DE LAS EMPRESAS DE COMERCIO EXTERIOR MEXICANAS, AL PERMITIR LA ASOCIACIÓN DE EMPRESAS MANUFACTURERAS QUE UNIERAN SUS ESFUERZOS Y AGRUPARAN SUS DEPARTAMENTOS DE EXPORTACIÓN PARA LOGRAR FORTALECER LOS CANALES DE COMERCIALIZACIÓN HACIA EL EXTERIOR, CONTANDO UNA MAYOR CANTIDAD DE RECURSOS ECONÓMICOS, HUMANOS Y UNA MÁS AMPLIA VARIEDAD DE PRODUCTOS PARA HACER FACTIBLE QUE AGENTES DE VENTAS MEXICANOS VISITARÁN OTROS PAÍSES Y REALIZARAN OPERACIONES EN EL EXTERIOR CON PRODUCTOS MEXICANOS. SE CONCEDÍA, EN ADICIÓN AL CEDI QUE RECIBÍA EL INDUSTRIAL MANUFACTURERO EN SUS EXPORTACIONES OTRO CEDI (29) A LA EMPRESA DE COMERCIO EXTERIOR EQUIVALENTE AL 4% DEL L.A.B. PLANTA DE LAS EXPORTACIONES DE MANUFACTURAS, SIEMPRE Y CUANDO VARIOS INDUSTRIALES SE AGRUPARAN Y FORMARAN UNA EMPRESA DE COMERCIO EXTERIOR ESPECIALIZADA PARA MANEJAR MÁS EFICIENTEMENTE LAS EXPORTACIONES DEL NUEVO GRUPO DE MANUFACTUREROS EXPORTADORES. DICHO BENEFICIO FISCAL SE UTILIZARÍA PARA CUBRIR LOS GASTOS DE OPERACIÓN -PRODUCCIÓN Y ADMINISTRACIÓN-.

FUE EL AMPARO DEL "ACUERDO QUE DISPONE SE DEVUELVAN A LOS EXPORTADORES DEL PRODUCTO DE MANUFACTURA NACIONAL LOS IMPUESTOS INDIRECTOS Y EL GENERAL DE IMPORTACIÓN", PUBLICADO -

---

29 DENOMINADA POSTERIORMENTE ENTRE LAS EMPRESAS DE COMERCIO EXTERIOR Y EL SECTOR PÚBLICO "EXTRACEDI", CON EL PROPÓSITO DE DIFERENCIARLO DEL CEDI AL PRODUCTO -EXPORTADOR-.

\* VALOR SOBRE LIBRE ABORDO.

EN EL DIARIO OFICIAL DE LA FEDERACIÓN EL 17 DE MARZO DE 1971 (ANEXO I), EL CUAL SIRVE DE BASE LEGAL PARA LAS PRIMERAS EMPRESAS DE COMERCIO EXTERIOR, PERO DEBIDO A QUE ESTE ACUERDO NO ERA LO SUFICIENTENTE CLARO Y ESPECÍFICO PARA EL FOMENTO DE LAS EMPRESAS DE COMERCIO EXTERIOR, EN EL MES DE NOVIEMBRE DEL MISMO AÑO, EN UN ACUERDO INTERNO DE LA SECRETARÍA DE HACIENDA Y CRÉDITO PÚBLICO, ESPECÍFICO PARA LAS NUEVAS EMPRESAS DE COMERCIO EXTERIOR SE LES PIDIÓ COMO REQUISITOS PARA SU FORMACIÓN UN MÍNIMO DE 5 MILLONES DE PESOS DE CAPITAL SOCIAL, NINGÚN ACCIONISTA PODÍA TENER MÁS DEL 15% DE PARTICIPACIÓN Y DEBÍAN ASOCIAR ADEMÁS, EMPRESAS MEDIANAS Y PEQUEÑAS. SE LES EXIGIÓ UN MÍNIMO DEL 15% ANUAL DE CRECIMIENTO EN LAS VENTAS DE EXPORTACIÓN, EN MONEDA NACIONAL Y FUÉ ASÍ COMO SE INICIA PRÁCTICAMENTE EN EL AÑO DE 1972 EL REGISTRO DE LAS PRIMERAS EMPRESAS DE COMERCIO EXTERIOR MEXICANAS.

A MEDIDA QUE SE DESARROLLARON SUS ACTIVIDADES FUE SURGIENDO EL IMPERATIVO DE UN MARCO JURÍDICO MÁS ACORDE Y DINÁMICO A LOS REQUERIMIENTOS QUE LA EXPERIENCIA OPERATIVA IBA PRESENTANDO, LOS CUALES QUEDARON PLASMADOS EN EL "ACUERDO QUE DISPONE EL OTORGAMIENTO DE INCENTIVOS FISCALES A FAVOR DE LAS EMPRESAS DE COMERCIO EXTERIOR", PUBLICADO EN EL DIARIO OFICIAL DE LA FEDERACIÓN EL 28 DE AGOSTO DE 1975 Y SU REGLAMENTO EL 29 DE DICIEMBRE DEL MISMO AÑO (ANEXO II).

RESPECTO A ESTAS ÚLTIMAS REGULACIONES SE HACEN NOTAR LOS ASPECTOS MÁS RELEVANTES DE SU FUNCIONAMIENTO EN LOS COMENTARIOS SIGUIENTES:

- A) EL ACUERDO Y SU RESPECTIVO REGLAMENTO ESTABLECEN UNA SERIE DE LINEAMIENTOS DE ORDEN ESTRUCTURAL Y REQUISITOS A CUBRIR PARA HACERSE ACREEDORES AL EXTRACEDI.
- B) CONSORCIOS DE PRODUCTORES DE MANUFACTURAS, LOS CUALES DEBERÁN ESTAR INTEGRADOS POR EMPRESAS PRODUCTORAS MEDIANAS Y PEQUEÑAS, CON UN CAPITAL SOCIAL MÍNIMO EXIGIDO PARA SU CONSTITUCIÓN DE 5 MILLONES DE PESOS.
- C) EMPRESAS DE SERVICIO, LAS CUALES PODRÍAN INTEGRARSE SOLAMENTE DE PEQUEÑAS EMPRESAS INDUSTRIALES Y GRUPOS DE ARTESANOS, CON UN CAPITAL SOCIAL MÍNIMO EXIGIDO PARA SU CONSTITUCIÓN DE 2.5 MILLONES DE PESOS. EN AMBOS CASOS LA PARTICIPACIÓN INDIVIDUAL DE LOS SOCIOS ESTABA DEFINIDA POR PORCENTAJES MÁXIMOS, ASÍMISMO SE LES REQUERÍA QUE SE CONSTITUYERAN DE ACUERDO A LA -- LEY GENERAL DE SOCIEDADES MERCANTILES, BAJO LA MODALIDAD DE SOCIEDAD ANÓNIMA DE CAPITAL VARIABLE.

DICHO MARCO LEGAL DETERMINABA COMO BENEFICIO DE DEVOLUCIÓN DE HASTA LA TOTALIDAD DE LA PERCEPCIÓN NETA FEDERAL DE LOS IMPUESTOS INDIRECTOS QUE CUBRAN POR SUS ACTIVIDADES, EL QUE SE DEFINIÓ EN UN MONTO DEL 4% SOBRE EL VALOR L.A.B. -- (LIBRE ABORDO).



PLANTA DE SUS EXPORTACIONES DE MANUFACTURAS, EL CUAL DEBERÍA DEDICARSE PARA CUBRIR EL 60% DE LOS GASTOS DE OPERACIÓN DE - SUS PROGRAMAS ANUALES DE TRABAJO, EL RESTANTE 40% SERÍA APORTADO POR LAS EMPRESAS ASOCIADAS O COMITENTES AQUELLAS CON -- LAS QUE SE CELEBRA UN CONTRATO DE COMISIÓN A MEDIACIÓN MERCANTIL,

ASÍMISMO, ESTABLECÍA INCREMENTOS MÍNIMOS DE EXPORTACIÓN DEL 20% PARA EL PRIMER AÑO DE OPERACIÓN Y DE 15% ADICIONAL - PARA LOS PRÓXIMOS CUATRO AÑOS; EN EL CASO DE LAS EMPRESAS DE SERVICIO, LOS INCREMENTOS SE REQUERÍAN A PARTIR DEL SEGUNDO AÑO DE OPERACIÓN.

POR OTRA PARTE, TAMBIÉN SE DEFINÍA LA FORMA DE ORGANIZACIÓN OPERATIVA QUE DEBÍAN CONTAR DICHAS EMPRESAS DE COMERCIO EXTERIOR;

- ADMINISTRACIÓN A CARGO DE UN CONSEJO.
- DIRECCIÓN GENERAL.
- GERENCIAS O DEPARTAMENTOS DE ADMINISTRACIÓN.
- FIANZAS Y CONTABILIDAD.
- RELACIONES PÚBLICAS Y LEGALES.
- PROMOCIÓN Y VENTAS.
- CRÉDITOS Y COBRANZAS.
- MERCADOTÉCNIA Y TRÁFICO NACIONAL E INTERNACIONAL Y SERVICIOS DE COMUNICACIÓN.
- OFICINAS EN EL EXTRANJERO.
- REPRESENTANTES EXCLUSIVOS EN EL EXTERIOR.

- PERSONAL ESPECIALIZADO EN CADA UNA DE LAS AREAS.
- INSTALACIONES Y SERVICIOS APROPIADOS PARA SU FUNCIONAMIENTO.

DICHOS ORDENAMIENTOS DETERMINABAN LAS PRINCIPALES FUNCIONES QUE DEBERÍAN DE REALIZAR ESTAS SOCIEDADES:

- SERVICIOS DE TRÁFICO NACIONAL E INTERNACIONAL.
- CONSULTORÍA.
- INVESTIGACIÓN DE MERCADOS.
- CRÉDITO Y COBRANZAS.
- REPRESENTACIÓN EN EL EXTRANJERO.
- SERVICIOS DE COMUNICACIÓN.
- PROMOCIÓN DE VENTAS Y MERCADOS.

CON EL PROPÓSITO DE IMPRIMIR DINAMISMO A LAS REGULACIONES EN ESTA MATERIA SE CREÓ POR EL AÑO DE 1977 UN MECANISMO INTERNO DE LA SECRETARÍA DE COMERCIO (30), DONDE SE ESTABLECIERON CIERTOS CRITERIOS DE OPERACIÓN PARA LAS EMPRESAS DE COMERCIO EXTERIOR -SIN DARSE A CONOCER EN EL DIARIO OFICIAL- ENTRE LOS QUE DESTACAN:

---

30 MECANISMO INTERNO DE LA SECRETARIA DE COMERCIO EXTERIOR, MÉXICO, D.F., 1977.

- A) LA ELIMINACIÓN DEL DENOMINADO CANDADO 60-40%, QUE - SIGNIFICABA LA UTILIZACIÓN DEL 4% DE DEVOLUCIÓN PARA SUFRAGAR LOS GASTOS CORRIENTES HASTA POR 60% DEL PRE SUPUESTO DEL PROGRAMA ANUAL DE TRABAJO DE LAS EMPRESAS DE COMERCIO EXTERIOR, DEBIENDO LAS EMPRESAS ASOCIADAS O COMITENTES APORTAR EL 40% RESTANTE, ACORDÁNDOSE QUE EL ESTÍMULO FISCAL DEBERÍA DESTINARSE NO SÓLO AL GASTO CORRIENTE, SINO TAMBIÉN A INVERSIONES EN INFRAESTRUCTURA DE COMERCIALIZACIÓN INTERNACIONAL QUE REALIZARÁ LA EMPRESA DE COMERCIO EXTERIOR.
- B) ASÍMISMO SE AUTORIZÓ A LAS EMPRESAS DE COMERCIO EXTERIOR PARA REALIZAR OPERACIONES DE COMERCIALIZACIÓN INTERNACIONAL DE PRODUCTOS NACIONALES, FACTURANDO POR CUENTA PROPIA Y TOMANDO LA ADOPCIÓN DE RIESGOS QUE ESTA ACTIVIDAD REPRESENTA.
- C) AUMENTO EN EL MOMENTO DEL CAPITAL SOCIAL MÍNIMO DE LA EMPRESA DE COMERCIO EXTERIOR A 15 MILLONES DE PESOS.
- D) EN LO QUE SE REFIERE AL INCREMENTO ANUAL DE EXPORTACIONES POR PARTE DE LA EMPRESA DE COMERCIO EXTERIOR, ÉSTE SE FIJO EN EL 15% EN TÉRMINOS DE DÓLARES AMERICANOS.

EN LA MICELANEA DE LA LEY DE EGRESOS DE LA FEDERACIÓN - PARA 1983, PUBLICADO EN EL DIARIO OFICIAL DE LA FEDERACIÓN EL 31 DE DICIEMBRE DE 1982, SE DEROGARÓN LOS ESTÍMULOS FISCALES A ESTE TIPO DE EMPRESAS PROPICIANDO UNA GRAN INCERTIDUMBRE SOBRE SU POSIBLE REANUDACIÓN Y EL FUTURO DE ESTAS ORGANIZACIONES.

ESTO MOTIVADO TAMBIÉN POR LA SUSPENSIÓN EL 25 DE AGOSTO DE 1983 DE LOS CEDIS AL PRODUCTOR EXPORTADOR Y ASÍMISMO POR LAS RECIENTES DEVALUACIONES DEL PESO, LO QUE SUPONÍA ERA INNECESARIO MANTENERLO. (31)

FUÉ HASTA EL 22 DE JUNIO DE 1983 CUANDO EN LA REUNIÓN EN QUE PARTICIPARÓN LA SECRETARÍA DE HACIENDA Y CRÉDITO PÚBLICO, SECRETARÍA DE COMERCIO Y FOMENTO INDUSTRIAL, INSTITUTO MEXICANO DE COMERCIO EXTERIOR Y EL CONSEJO CONSULTIVO DEL CONSEJO NACIONAL DE COMERCIO EXTERIOR -CONACEX- AREA METROPOLITANA Y CONSORCIOS, S.C., SE DIÓ A CONOCER EL ESQUEMA BÁSICO DE OPERACIÓN DE LAS EMPRESAS DE COMERCIO EXTERIOR PARA 1983 Y - 1984, ASÍ COMO LOS PRINCIPALES CRITERIOS Y BASES QUE SUSTENTAN LA POLÍTICA Y APOYOS A DICHAS EMPRESAS, SOBRESALIENDO -- LOS SIGUIENTES ACUERDOS:

---

31 INFORME DE LABORES IMCE, 1984.

- A) REANUDACIÓN DE LA DEVOLUCIÓN DE IMPUESTOS INDIRECTOS COMO INCENTIVO A LAS EXPORTACIONES DE MANUFACTURAS - QUE ESTAS EMPRESAS GENERARON A PARTIR DEL 1º DE ENERO DE 1983.
  
- B) MANTENER EL ESTÍMULO DURANTE 1983 Y 1984 COMO BASE - ECONÓMICA DE LAS EMPRESAS DE COMERCIO EXTERIOR.
  
- C) DENTRO DEL MISMO ESQUEMA SE ESTABLECIÓ PROPICIAR QUE ESTAS EMPRESAS EVOLUCIONEN DE SU SITUACIÓN ACTUAL - DE PRESTADORES DE SERVICIOS DE TRÁFICO Y PROMOCIÓN DE VENTAS, HACIA UNA POSICIÓN DE EMPRESAS RENTABLES, DINÁMICAS SÓLIDAS EN EL ASPECTO ECONÓMICO Y DISPUESTAS A LA ADOPCIÓN DE LOS RIESGOS DE LA COMERCIALIZACIÓN INTERNACIONAL.
  
- D) ASÍMISMO, PARA PODER ALCANZAR EL ANTERIOR PROPÓSITO -- LOS OBJETIVOS DE LAS EMPRESAS DE COMERCIO EXTERIOR SON INCREMENTAR LA CAPTACIÓN NETA DE DIVISAS, COMER CIALIZAR EN FORMA DIRECTA UN MONTO CRECIENTE DE SUS EXPORTACIONES, DESARROLLAR SU ESTRUCTURA FÍSICA DE COMERCIALIZACIÓN INTERNACIONAL, GENERAR OFERTA EXPOR TABLE, EXTENDER SUS SERVICIOS A UN NÚMERO MAYOR DE -- EMPRESAS EN FORMA GRADUAL Y PERMANENTE, ADEMÁS DE -- PROPICIAR LA ESPECIALIZACIÓN DE LAS ACTIVIDADES CO-- MERCIALES.

- E) SE RATIFICÓ COMO CAPITAL SOCIAL MÍNIMO DE ESTAS EMPRESAS LA CANTIDAD DE 15 MILLONES DE PESOS, SUSCRITO Y PAGADO TOTALMENTE.
- F) LA OPERACIÓN DEL ESQUEMA SE FUNDAMENTA EN EL PROGRAMA ANUAL DE TRABAJO, COMO EL INSTRUMENTO ESENCIAL-- PARA LOGRAR ESTE PROPÓSITO, EL COMPRENDER ADEMÁS DE LOS RENGLONES ACOSTUMBRADOS, EL DESARROLLO DE PROYECTOS ESPECÍFICOS Y METAS DE RESULTADOS BASADOS EN LAS CARACTERÍSTICAS PARTICULARES DE CADA UNA DE LAS EMPRESAS DE COMERCIO EXTERIOR, SU IMPACTO EN LA GENERACIÓN NETA DE DIVISAS Y LAS CONDICIONES DE LA ECONOMÍA NACIONAL Y DE LOS MERCADOS EXTERIORES.

EN EL DIARIO OFICIAL DEL MISMO 22 DE JUNIO SE PUBLICA EL ACUERDO QUE ESTABLECE LOS PROCEDIMIENTOS PARA LA OBTENCIÓN - DE ESTÍMULOS AL COMERCIO EXTERIOR, EL DICTÁMEN DE PROGRAMAS DE GENERACIÓN Y USO DE DIVISAS Y DE EXPORTACIÓN DE PRODUCTOS, SERVICIOS Y TECNOLOGÍA, DANDO ATRIBUCIONES AL IMCE.

POR ÚLTIMO CABE MENCIONAR QUE EXISTE UN COMITÉ DE PROMOCIÓN DE EMPRESAS DE COMERCIO EXTERIOR COMPROMECE, INSTALADO EN AGOSTO DE 1983, DANDO CUMPLIMIENTO AL ORDENAMIENTO PARA LAS EMPRESAS DE COMERCIO EXTERIOR -D.O. 29-DIC.-75, ART. 13- SIENDO UNO DE SUS PRINCIPALES OBJETIVOS EL DE PROPICIAR LA PROMOCIÓN DE ESTE TIPO DE EMPRESAS, ASÍ COMO EL DE EMITIR PROPUES

TAS DE NUEVAS ACCIONES DE REGLAS Y CRITERIOS PARA LA OPERACIÓN DE LAS MISMAS EN EL CORTO Y MEDIANO PLAZO, (32)

## 2. LAS EMPRESAS DE COMERCIO EXTERIOR.

A TRAVÉS DEL PROCESO DE CONCENTRACIÓN, AUMENTAN DE VALOR CUANDO CONSIDERAMOS EL DESARROLLO DE LA COMERCIALIZACIÓN EXTERNA.

LA ESCALA DE OPERACIONES ES FUNDAMENTAL PARA AUMENTAR - EL PODER DE NEGOCIACIÓN A NIVEL INTERNACIONAL, LA EXISTENCIA DE SOLAMENTE PEQUEÑAS Y MEDIANAS INDUSTRIAS DE COMERCIO EXTERIOR, IMPOSIBILITA LA DIMENSIÓN DESEABLE EN LAS OPERACIONES.

AGREGASE A ESTO QUE A NIVEL MUNDIAL, LA COMPETENCIA SE ESTABLECE CON EMPRESAS DE GRAN TAMAÑO, CON PODERÍO FINANCIERO, "KNOW-HOW" AVANZANDO, CON PERSONAL ALTAMENTE ESPECIALIZADO, DISPONIENDO DE INFORMACIONES COMERCIALES SOFISTICADAS, LO QUE LES PROPORCIONA CAPACIDAD DE DECISIÓN RÁPIDA Y EFICIENTE.

ES CLARO QUE EN LOS PAÍSES EN DESARROLLO PERMANECERÁN - ACTUANDO LAS MEDIANAS Y PEQUEÑAS EMPRESAS. PERO COMO SI DE SEAMOS VENDER NUESTRAS MERCADERÍAS Y NO APENAS DEJAR QUE LAS EMPRESAS EXTRANJERAS LAS COMPREN, COMO ES USUAL, NECESITAMOS ENCONTRAR FORMULAS Y SOLUCIONES QUE PASEN A BENEFICIARNOS.

LO QUE PARECE MÁS LÓGICO ES BUSCAR FORMAS DE ASOCIACIÓN O CONCENTRACIÓN DE LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS Y, AL MISMO TIEMPO, ESTIMULAR LA ORGANIZACIÓN DE GRANDES EMPRESAS NACIONALES PARA EL COMERCIO EXTERIOR.

LAS POSIBLES FORMAS DE FUSIÓN EMPRESARIAL SON LAS MÁS - VARIADAS Y FLEXIBLES, YENDO DESDE ACUERDOS TEMPORALES PARA - DETERMINADAS OPERACIONES HASTA LA INTEGRACIÓN TOTAL. LA - MAYORÍA DE LAS VECES EL CAMINO A SEGUIR ES LENTO, PROGRESAN- DO POR ETAPAS INTERMEDIARIAS, HASTA QUE LOS BUENOS RESULTADOS CONVENZAN A LAS EMPRESAS DE LA NECESIDAD DE CONCENTRACIÓN O, QUE RESULTADOS NEGATIVOS IMPONGAN LA MISMA SOLUCIÓN. (33)

---

33 DALTON DAEMON: EMPRESAS DE COMERCIO EXTERIOR; ESTUDIO DE CASOS, PORTO ALEGRE, SULINA, BRASIL, 1979, P. 99.



### 3. FORMAS DE CONCENTRACION EMPRESARIAL PARA EL COMERCIO EXTE - RIOR.

#### 3.1. AGRUPACIONES DE COMPRAS.-

ES UNA FORMA INTERMEDIARIA DE CONCENTRACIÓN. SU FIN ESCENCIAL ES LA CREACIÓN DE UNA UNIDAD DE COMPRA MÁS - IMPORTANTE PARA OBTENER MEJORES CONDICIONES DE LOS PRO VEEDORES, EN FUNCIÓN DEL VOLUMEN DE LOS PEDIDOS.

LA TENDENCIA, A CIERTO PLAZO ES LA CREACIÓN TAMBIÉN DE UNA POLÍTICA COMÚN DE VENTAS, HASTA LLEGAR A LA FUSIÓN DE AGRUPACIONES DE COMPRAS.

EN EL PLANO ESTRUCTURAL, LA AGRUPACIÓN DE COMPRAS, ES NORMALMENTE, UNA SOCIEDAD ANÓNIMA DE CAPITAL VARIABLE. ASÍ COMO, LOS ASOCIADOS PUEDEN ENTRAR Y SALIR CON CIER TA LIBERTAD. ES PUES, UNA FORMULA FLEXIBLE. PERO ES TA FLEXIBILIDAD, PUEDE PRESENTAR INCONVENIENTES POR - FALTA DE SUFICIENTE ESTABILIDAD.

ESTO IMPONE, EN LA FORMACIÓN DE LAS AGRUPACIONES, QUE EXISTAN DISPOSICIONES LEGALES QUE PREVEAN QUE EL CAPI TAL, EN ESTE TIPO DE SOCIEDADES, NO PUEDA SER TRANSFE RIDO POR PLAZOS MÁS O MENOS LARGOS, PRE-ESTABLECIDOS.  
(34)

---

<sup>34</sup> ROBERTO ROMERO ULLMAN: ESTRUCTURAS EMPRESARIAS PARA EL -  
COMERCIO INTERNACIONAL, EDICIÓN DE PALMA, BUENOS AIRES  
1984, P. 30-34.

### 3.2. COOPERATIVAS. -

LAS COOPERATIVAS SON SOCIEDADES QUE AGRUPAN PERSONAS -  
CON LA FINALIDAD DE REALIZAR OPERACIONES RELATIVAS A -  
LA SATISFACCIÓN DE NECESIDADES COMUNES,

PRESENTA LAS SIGUIENTES CARACTERÍSTICAS GENERALES:

- LIMITACIÓN EN EL COSTO DE INTERESES,
- REPARTICIÓN DE LUCROS A LOS ASOCIADOS, EN FUNCIÓN DEL VOLUMEN DE OPERACIONES O DEL TRABAJO PROPORCIONADO,
- APLICACIÓN DE RESERVAS PARA OBRAS DE FIN SOCIAL,
- OBTENCIÓN DE ASOCIADOS VACIADA EN LA LIBRE ADHESIÓN Y LIBRE DIMISIÓN,
- IGUALDAD DE DERECHOS DE LOS ASOCIADOS EN LA GESTIÓN Y CONTROL,

LAS COOPERATIVAS PUEDEN SER CLASIFICADAS DE ACUERDO -  
CON SUS OBJETIVOS EN: COOPERATIVAS DE CONSUMO, DE HA  
BITACIÓN, AGRÍCOLA, COMERCIALES, INDUSTRIALES, DE PRO  
DUCCIÓN, DE CRÉDITO, DE SERVICIOS, ETC.

EN TÉRMINOS DE ORGANIZACIÓN ESTRUCTURAL, LAS COOPERA  
TIVAS PUEDEN SER SINGULARES (NÚMERO MÍNIMO DE ASOCIA  
DOS), CENTRALES (NÚMERO MÍNIMO DE COOPERATIVAS SINGU  
LARES) O CONFEDERACIÓN (NÚMERO MÍNIMO DE COOPERATIVAS  
CENTRALES).

EN LAS COOPERATIVAS DE COMERCIO EXTERIOR, EL PROGRESO SIGUE EL ORDEN NATURAL, PARTIENDO DE LA FUNCIÓN COMERCIAL DE COMPRA, PARA LLEGAR A LOS ESFUERZOS DE VENTA, LOS SERVICIOS DE MODERNIZACIÓN Y DE GESTIÓN, ESTUDIOS DE MERCADO, ESTUDIOS DE MOTIVACIÓN, ALCANZANDO, ASÍ, UNA SOFISTICACIÓN MAYOR.

EN SINTÉSIS, LA ORGANIZACIÓN ESTRUCTURAL DE UNA COOPERATIVA DE COMERCIO EXTERIOR PUEDE ADQUIRIR ASPECTOS DIFERENTES EN RAZÓN DE LOS OBJETIVOS QUE DETERMINAN SU FORMACIÓN Y OPERACIÓN. (35).

### 3.3. CONSORCIOS DE EXPORTACIÓN.-

EL CONSORCIO DE EXPORTACIÓN ES UNA FORMA DE CONCENTRACIÓN, A TRAVÉS DE LA CUAL SE UNEN LAS EMPRESAS MANTENIENDO SU INDIVIDUALISMO.

VERIFICAN TAMBIÉN LAS EMPRESAS, QUE COMO VOLUMEN DE LAS OPERACIONES QUE SE REALIZAN, NO POSEEN RECURSOS FINANCIEROS NI TÉCNICOS, LO QUE, DE UN LADO LES DISMINUYE SENSIBLEMENTE EL PODER DE NEGOCIACIÓN Y, DE OTRO LES IMPIDE PROPORCIONAR LOS SERVICIOS EXIGIDOS POR LOS CONSUMIDORES EN LOS PAÍSES DESARROLLADOS, DONDE SE SITUÁ LA MAYOR DEMANDA, PARA SATISFACER SUS DESEOS DE EXPANSIÓN.

---

35 IBID., P. 38-40.

LOS CONSORCIOS, EN ESTE CASO SE PRESENTAN COMO UNA - SOLUCIÓN QUE POSIBILITA AGREGAR UNA OFERTA DE MAYOR DIMENSIÓN, HACER CRECER EL PODER DE NEGOCIACIÓN, AUMENTAR LA CAPACIDAD TÉCNICA Y FINANCIERA, SIN LA PÉRDIDA TOTAL DE LA INDIVIDUALIDAD EMPRESARIAL.

LOS CONSORCIOS DE EXPORTACIÓN PUEDEN SER GENERALIZADOS O ESPECIALIZADOS. LOS GENERALIZADOS, POR LA DIVERSIFICACIÓN DE PRODUCTOS IMPONGAN SOLUCIONES MÁS COMPLEJAS Y MENOR APROVECHAMIENTO DE VOLUMEN DE OPERACIONES. POR ESTE MOTIVO, NOS PARECE QUE LOS CONSORCIOS ESPECIALIZADOS ES QUE PUEDEN RESOLVER DE MANERA MÁS ADECUADA LAS NECESIDADES ACTUALES DE LAS MEDIANAS Y PEQUEÑAS EMPRESAS, PARA DESARROLLAR SUS OPERACIONES DE COMERCIO EXTERIOR.

ENTRE OTRAS VENTAJAS:

- AUMENTAR LOS FLUJOS DE INFORMACIÓN TÉCNICA.
- ASISTENCIA TÉCNICA.
- ADQUIRIR MAYOR "KNOW-HOW".
- AUMENTAR EL PODER DE CAPTACIÓN DE RECURSOS FINANCIEROS.
- NEGOCIAR DIRECTAMENTE CON LOS IMPORTADORES.
- REDUCIR COSTOS DE EXPORTACIÓN.

LOS PROBLEMAS QUE ESBOZAMOS SINTÉTICAMENTE, MUESTRA - LA NECESIDAD FUNDAMENTAL DEL ESTABLECIMIENTO DE ESTATU-  
TOS BIEN ELABORADOS PARA EL CONSORCIO, QUE DEFINAN TO-  
DOS LOS ASPECTOS DE SU FUNCIONAMIENTO Y QUE CARACTE-  
RICEN PERÍODOS BIEN DETERMINADOS PARA ALCANZAR CIER-  
TOS OBJETIVOS, AL MISMO TIEMPO QUE MANTENGAN LA FLE-  
XIBILIDAD PARA POSIBILITAR MODIFICACIONES QUE LA PRÁC-  
TICA IMPONGA. (36)

### 3.4. COMPAÑÍAS DE COMERCIO EXTERIOR (TRADING COMPANIES).-

LA COMPAÑÍA DE COMERCIO EXTERIOR ES UNA EMPRESA COMER-  
CIAL CON ECONOMÍA PROPIA. EN CUANTO EL CONSORCIO SE  
LIMITA A ACTUAR EN RAZÓN DE LAS EMPRESAS PRODUCTORAS  
QUE LO CONSTITUYEN, LA COMPAÑÍA DE COMERCIO EXTERIOR  
CON AMPLITUD EN EL ESPACIO MUNDIAL, TIENE SU ACCIÓN  
ORIENTADA PARA SUS PROPIOS INTERESES, OPERANDO EN -  
GRAN ESCALA, SEA CON PRODUCTOS PROPIOS O DE TERCEROS.

LAS COMPAÑÍAS DE COMERCIO EXTERIOR TIENEN SUS ACTIVI-  
DADES LIGADAS AL MERCADO INTERNO E INTERNACIONAL, OPE-  
RANDO EN LA COMERCIALIZACIÓN NACIONAL ASÍ COMO EN LAS  
IMPORTACIONES Y EXPORTACIONES EN CUALQUIER PAÍS. --

---

36 CENTRO INTERAMERICANO DE PROMOCION DE EXPORTACIONES CIPE:  
CONSORCIOS DE EXPORTACIÓN, BOGOTÁ 1, D.F., COLOMBIA 1968.  
P. 31.

PARA ESTO, SE DEBE DISPONER DE SISTEMAS DE INFORMACIÓN -- ALTAMENTE ESPECIALIZADOS QUE PERMITAN VERIFICAR LAS MEJORES OPORTUNIDADES DE COMPRA Y VENTA DE DIVERSOS PRODUCTOS - DONDE ELLAS SE PRESENTEN EN CONDICIONES SATISFACTORIAS PARA LAS PARTES INTERESADAS. ADEMÁS DE LA COMPRA Y VENTA DE PRODUCTOS, PUEDEN REPRESENTAR EMPRESAS, AGENCIAR OPERACIONES, FINANCIAR Y PRESTAR SERVICIOS DESPUÉS DE LA VENTA.

POR LA ESCALA EN QUE OPERA PUEDE TAMBIÉN ACTUAR DIRECTAMENTE EN LOS TRANSPORTES Y ESTABLECER REDES DE ALMACENES, - EN CUALQUIER PAÍS, DONDE LAS OPERACIONES ASÍ LO RECOMIENDEN.

DEBE POSEER CONDICIONES DE PLANEAR U ORIENTAR PROYECTOS DE COMERCIALIZACIÓN, TANTO PROPIOS COMO DE TERCEROS, QUE - TIENDAN AL DESARROLLO COMERCIAL A TRAVÉS DE LA PRODUCCIÓN - AGROPECUARIA, MINERA O INDUSTRIAL.

PUEDEN SER GENERALES, ESPECIALIZADAS O PRODUCTORES, DEPENDIENDO DE LA DIMENSIÓN Y DEL NÚMERO DE ACTIVIDADES.

NO EXISTEN MÁRGENES FIJOS PARA ORIENTAR LAS OPERACIONES DE ESAS COMPAÑÍAS. A VECES LOS MÁRGENES SON ALTOS, PERO LA MAYORÍA DE LAS VECES SON BAJOS. (37)

---

37 JOSE AGUSTO CASTRO: OPERACIONES CON TRADING COMPANIES; INCREMENTO DE EXPORTACIONES, FUNDACIÓN CENTRO DE ESTUDIOS DE COMERCIO, INFORME TÉCNICO, RÍO DE JANEIRO, 1980, P. 207.

LA ORGANIZACIÓN DE LAS COMPAÑÍAS DE COMERCIO EXTERIOR, NO ESTÁ SUJETA A CARACTERÍSTICAS ESPECÍFICAS, SIENDO FORMULADA EN RAZÓN DE SU OPERACIONALIDAD, EN DEPARTAMENTOS O DIVISIONES POR PRODUCTOS Y POR ÁREAS GEOGRÁFICAS, CONFORME SEA MÁS FAVORABLE.

LA FIGURA JURÍDICA DE LA COMPAÑÍA DE COMERCIO EXTERIOR O "TRADING COMPANIES" ESTÁ INSTITUCIONALIZADA EN ALGUNOS PAÍSES DE AMÉRICA LATINA, RECIBIENDO UN TRATAMIENTO LEGAL QUE DEFINE SUS CARACTERÍSTICAS, REGULA SU OPERATORIA Y ESPECIFICA INCENTIVOS PARA SU DIFUSIÓN EN EL PROGRAMA DE EXPORTACIÓN DE LOS PAÍSES. UNA EXPERIENCIA PARTICULARMENTE INTERESANTE ES EL CASO DEL BRASIL. (38)

#### 4. TIPOS DE EMPRESAS DE COMERCIO EXTERIOR EN MEXICO.

LAS EMPRESAS DE COMERCIO EXTERIOR ESTÁN CONSTITUIDAS EN EL MARCO DE DISPOSITIVOS TENDIENTES A IMPULSAR Y FOMENTAR LAS EXPORTACIONES. NO DEBE PERDERSE DE VISTA QUE EN ESENCIA ESTE TIPO DE SOCIEDADES MERCANTILES OBEDECE, DENTRO DEL ESQUEMA JURÍDICO MEXICANO, A CREAR UN INSTRUMENTO DE COMERCIALIZACIÓN PARA EL FOMENTO DE LAS EXPORTACIONES.

---

38 DAEMON, DALTO: "CONSORCIOS DE EXPORTACIÓN" -CICOM-OEA-FGV, RÍO DE JANEIRO, 1977, P. 110.

EL DECRETO DE SU CREACIÓN, PUBLICADO EN EL DIARIO OFICIAL DE LA FEDERACIÓN DEL 28 DE AGOSTO DE 1975, ASÍ COMO SU REGLAMENTO PUBLICADO EN EL DIARIO OFICIAL DEL 29 DE DICIEMBRE DE 1975, ESTABLECEN UNA SERIE DE REQUISITOS DE ORDEN ESTRUCTURAL PARA ESTE TIPO DE SOCIEDADES, QUE INDISPENSABLEMENTE DEBERÁN CUBRIR PARA HACERSE ACREEDORAS A LOS ESTÍMULOS DISPUESTOS EN SU BENEFICIO.

MÉXICO, AL IGUAL QUE LA MAYORÍA DE LOS PAÍSES QUE RECORREN EL PROCESO DE DESPEGUE ECONÓMICO, PRESENTA EL FENÓMENO DE NO SER DEMASIADO AMPLIA SU ESTRUCTURA DE COMERCIALIZACIÓN HACIA LOS MERCADOS INTERNACIONALES. LAS EMPRESAS DE COMERCIO EXTERIOR -CONSORCIOS DE PRODUCTORES DE MANUFACTURAS Y EMPRESAS DE SERVICIO-, REPRESENTAN UN ESFUERZO LEGISLATIVO QUE UTILIZANDO EL OTORGAMIENTO DE INCENTIVOS FISCALES BUSCA PRECISAMENTE AMPLIAR ESA ESTRUCTURA COMERCIAL, A FIN DE QUE NO ÚNICAMENTE LOS GRANDES INDUSTRIALES SEAN QUIENES MARCADAMENTE CONCENTREN LA MAYOR PARTE DEL COMERCIO EXTERIOR, SINO QUE SEA POSIBLE OBTENER UNA DIVERSIFICACIÓN QUE PERMITA QUE ARTESANOS Y PEQUEÑOS Y MEDIANOS PRODUCTORES DE MANUFACTURAS ACCEDAN A LA COMERCIALIZACIÓN INTERNACIONAL. (39)

---

39 DALTON DAEMON: EMPRESAS DE COMERCIO EXTERIOR; ESTUDIO DE CASOS, PORTO ALEGRE, SULINA, BRASIL, 1979, P. 99.



EL PROPIO DECRETO DISTINGUE ENTRE LOS LLAMADOS "CONSORCIOS DE EXPORTACIÓN" O "CONSORCIOS DE PRODUCTORES DE MANUFACTURAS", Y LAS "EMPRESAS DE SERVICIOS". SEÑALAMOS A CONTINUACIÓN LOS REQUISITOS ESTRUCTURALES ESTABLECIDOS PARA ESTOS TIPOS DE EMPRESAS.

#### 4.1. CONSORCIOS DE PRODUCTORES DE MANUFACTURAS (CONSORCIOS DE EXPORTACIÓN).

ES NECESARIO ANTES DE ABORDAR EL PRESENTE TEMA, - ANALIZAR LAS CAPACIDADES NECESARIAS QUE LAS EMPRESAS QUE QUIERAN EXPORTAR DEBAN SUPERAR LOS SIGUIENTES CUATRO TESTS BÁSICOS:

- A) CAPACIDAD FÍSICA DE EXPORTACIÓN.
- B) CAPACIDAD ECONÓMICA DE EXPORTACIÓN.
- C) CAPACIDAD ADMINISTRATIVA DE EXPORTACIÓN.
- D) CONCIENCIA EXPORTADORA.

LA EMPRESA DEBE DISPONER DE UNA CAPACIDAD OCIOSA - ESTRUCTURAL DE PRODUCCIÓN. EL SEGUNDO, IMPLICA - VERIFICAR SI LOS COSTOS DE LA EMPRESA SON COMPATIBLES CON LOS PRECIOS INTERNACIONALES. EL TERCERO, SE REFIERE A VERIFICAR LA PRESENCIA EN LA EMPRESA DE LOS RECURSOS HUMANOS Y FINANCIEROS NECESARIOS PARA UN ESFUERZO DE DESARROLLO DE MERCADOS. POR ÚLTIMO LA CONCIENCIA EXPORTADORA, IMPLICA UNA DISPONIBILIDAD Y UN INTERÉS MENTAL EN LOS

## PROPIETARIOS POR EXPORTAR, (40)

ESTE TIPO DE EMPRESAS SE PUEDE DEFINIR DE LA SIGUIENTE FORMA: "ES UNA SOCIEDAD MERCANTIL INTEGRADA POR EMPRESAS DEDICADAS A LA ELABORACIÓN DE PRODUCTOS - MANUFACTURADOS QUE EJERCEN, A TRAVÉS DE ÉSTE, LAS FUNCIONES DE PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN INTERNACIONAL",

ESTE TIPO DE EMPRESAS DEBERÁN CONSTITUIRSE COMO SOCIEDADES ANÓNIMAS DE CAPITAL VARIABLE Y CONTAR CON UN CAPITAL MÍNIMO DE CINCO MILLONES DE PESOS SUSCRITO Y PAGADO, REPRESENTADO POR ACCIONES NOMINATIVAS.

EL CAPITAL DEBERÁ ESTAR INTEGRADO EN UN 75% POR SOCIOS, CUYA APORTACIÓN MÁXIMA EN LO INDIVIDUAL SERÁ DEL 15%, Y EL 25% POR PERSONAS FÍSICAS O INSTITUCIONES DE CRÉDITO CON APORTACIONES MÁXIMAS CADA UNA DEL CINCO POR CIENTO.

POR LO QUE HACE A LA ADMINISTRACIÓN Y A SU ESTRUCTURA OPERATIVA, LOS CONSORCIOS DE PRODUCTORES DEBERÁN CONTAR CON LOS SIGUIENTES ÓRGANOS:

---

40 COLAIACOVO, JUAN LUIS - "ESTRATEGIA PARA PROMOVER EXPORTACIONES" - CICOM-OEA-FGV, RÍO DE JANEIRO, 1976.

- A) ADMINISTRACIÓN A CARGO DE UN CONSEJO,
- B) DIRECCIÓN GENERAL; GERENCIAS O DEPARTAMENTOS - DE ADMINISTRACIÓN; FINANZAS Y CONTABILIDAD; RELACIONES PÚBLICAS Y LEGALES; PROMOCIÓN Y VENTAS; CRÉDITO Y COBRANZA; MERCADOTECNIA Y TRÁFICO NACIONAL O INTERNACIONAL Y SERVICIOS DE COMUNICACIÓN.
- C) REPRESENTACIONES EXCLUSIVAS EN EL EXTRANJERO, ADECUADAS A LA IMPORTANCIA DE LOS MERCADOS,
- D) PERSONAL ESPECIALIZADO EN CADA UNO DE LOS SERVICIOS O DEPARTAMENTOS,
- E) INSTALACIONES Y SERVICIOS APROPIADOS PARA SU FUNCIONAMIENTO.

DEBERÁN ASÍMISMO ELABORAR UN PROGRAMA ANUAL DE TRABAJO QUE DEBE SER PRESENTADO ANTE LA SECRETARÍA DE COMERCIO Y EL INSTITUTO MEXICANO DE COMERCIO EXTERIOR, LOS QUE INTEGRAN UN CONSEJO DE ASESOR PARA LA EVALUACIÓN Y APROBACIÓN DEL PROGRAMA.

EL CONCEPTO DE CONSORCIO ES UNO DESEABLE PARA SUPERAR LA PROBLEMÁTICA DE LA EMPRESA DE PEQUEÑO PORTE. ES RECOMENDABLE QUE LOS GOBIERNOS DESARROLLEN UN SISTEMA DE INCENTIVOS APROPIADOS PARA FACILITAR SU CREACIÓN. EL RECORD DE EXPERIENCIAS POSITIVAS Y EL "KNOW-HOW" QUE SE VAYA ADQUIRIENDO PERMITIRÁ SU RÁPIDO DESARROLLO. (41),

#### 4.2. EMPRESAS DE SERVICIOS.-

"ES UNA SOCIEDAD MERCANTIL ESPECIALIZADA EN COMERCIALIZACIÓN INTERNACIONAL, QUE OFRECE SUS SERVICIOS A EMPRESAS QUE TAMBIÉN DESEAN PARTICIPAR EN LOS MERCADOS MUNDIALES".

LAS EMPRESAS DE SERVICIOS, BENEFICIÁNDOSE DE LOS MISMOS ESTÍMULOS CONCEDIDOS A FAVOR DE LOS CONSORCIOS DE PRODUCTORES DE MANUFACTURAS, REVISTEN UNA EXISTENCIA DE REQUISITOS MENOR QUE LA SEÑALADA EN EL DECRETO PARA LOS CONSORCIOS DE PRODUCTORES.

ÉSTAS EMPRESAS ÚNICAMENTE PODRÁN AGRUPAR A PEQUEÑOS Y MEDIANOS INDUSTRIALES Y ARTESANOS. DEBERÁN CONTAR CON UN CAPITAL SOCIAL MÍNIMO DE DOS Y MEDIO - MILLONES DE PESOS, TOTALMENTE SUSCRITO Y PAGADO - Y REPRESENTADO POR ACCIONES NOMINATIVAS.

EN CASO DE QUE LAS ACCIONES ESTÉN SUSCRITAS POR PERSONAS FÍSICAS, EL DECRETO PREVIENE QUE ÉSTAS SEAN DE NACIONALIDAD MEXICANA; TRATÁNDOSE DE PERSONAS - MORALES, LAS MISMAS DEBERÁN TENER MAYORÍA DE CAPITAL MEXICANO. ÉSTAS PREVENCIÓNES RIGEN IGUALMENTE POR LO QUE CORRESPONDE A LA PARTE VARIABLE DE CAPITAL SOCIAL.

POR EL CONTRARIO, EN EL CASO DE LOS CONSORCIOS DE PRODUCTORES DE MANUFACTURAS, EL DECRETO EN COMENTARIO ÚNICAMENTE EXIGE QUE LAS PERSONAS MORALES O SOCIALES QUE PARTICIPAN EN LA CONSTITUCIÓN DEL CONSORCIO DE EXPORTACIÓN, ESTÉN ORGANIZADAS CONFORME A LAS LEYES MEXICANAS, SIN MAYOR EXIGENCIA RESPECTO A LA NACIONALIDAD DE LAS PERSONAS FÍSICAS PARTICIPANTES NI A LA PROPORCIÓN DEL CAPITAL SOCIAL POR LO QUE A LAS PERSONAS MORALES QUE INTERVENGAN COMO ACCIONISTAS. (42)

---

42 ANALISIS Y PROPOSICION DE UNA ORGANIZACION BASICA PARA UN CONSORCIO DE EXPORTACION; SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN ADMINISTRATIVA, U.N.A.M. P. 55-60.

C A P I T U L O   I V

LAS EMPRESAS DE COMERCIO EXTERIOR  
EN BRASIL Y MEXICO.

1. IMPORTANCIA DE SU ANÁLISIS Y SUS PRINCIPALES EMPRESAS DE -  
COMERCIO EXTERIOR.

ES IMPORTANTE SU ANÁLISIS POR LA SEMEJANZA QUE BRASIL PRESENTA CON MÉXICO EN SUS EMPRESAS DE COMERCIO EXTERIOR; YA QUE LAS EMPRESAS BRASILEÑAS QUE OPERAN EN EL COMERCIO INTERNACIONAL SON PEQUEÑAS O MEDIANAS, SIN RECURSOS HUMANOS ESPECIALIZADOS, CON RECURSOS FINANCIEROS ESCASOS Y QUE SU ORGANIZACIÓN PARA EXPORTAR ES COSTOSA QUE AL IGUAL QUE MÉXICO - SE ASOCIA CON OTRAS DEL MISMO TAMAÑO O SOLICITAN SERVICIOS DE LAS COMPAÑÍAS DE COMERCIO EXTERIOR, CON COSTOS DE SERVICIOS MÁS BAJOS.

EL CRECIMIENTO DE BRASIL DE LAS EXPORTACIONES DE MANUFACTURAS ES PROVOCADO POR LOS INCENTIVOS FISCALES Y FINANCIEROS QUE ELEVARON SIGNIFICATIVAMENTE SU LUCRATIVIDAD. (ANEXO III).

BRASIL TIENE UN GRUPO DE EMPRESAS TOPE, CON SEDE EN RÍO DE JANEIRO, ESTÁ LIDERADO POR EL BANCO COMERCIAL TOPE, PRESIDIDO POR EL SR. FLAVIO TOPE, QUE TAMBIEN PRESIDE TODAS LAS EMPRESAS, DONDE POSEE LA MAYORÍA DE LAS ACCIONES. ESTE GRUPO DE EMPRESAS TOPE ES IMPORTANTE, PORQUE SUS ACTIVIDADES ABARCAN TODOS LOS ASPECTOS DE NEGOCIOS, SEAN FINANCIEROS, TÉCNICOS, ECONÓMICOS, JURÍDICOS O FISCALES, YENDO DESDE PEQUEÑOS ESTUDIOS HASTA LA EJECUCIÓN DE GRANDES PROYECTOS, SIENDO SU ACTIVIDAD PRINCIPAL LA COMERCIALIZACIÓN.

PARA EL CASO BRASILEÑO COMO PARA MÉXICO, LAS TRADING COMPANIES JAPONESAS SON LAS QUE OFRECEN ASPECTOS MÁS INTERESANTES PARA ANALIZAR, PORQUE SU ACTUACIÓN NO ESTA RESTRINGIDA AL MERCADO EXTERIOR, ABARCANDO MÁS DEL 50% DE SUS OPERACIONES AL MERCADO INTERNO (42).

2. INCENTIVOS FISCALES A FAVOR DE EMPRESAS DE COMERCIO EXTERIOR EN BRASIL.

EN LOS ÚLTIMOS CINCO AÑOS, EL GOBIERNO FEDERAL HA PUESTO EN PRÁCTICA UNA POLÍTICA DE INCENTIVOS A LA EXPORTACIÓN DE PRODUCTOS MANUFACTURADOS, QUE DE UN MODO GENERAL HA DADO BUEN RESULTADO, POR LO QUE SU ANALISIS ES DE IMPORTANCIA A NUESTRO PAÍS PARA TRATAR DE MEJORAR LOS INCENTIVOS FISCALES Y FINANCIEROS PARA LA EXPORTACIÓN DE MANUFACTURADOS -- QUE EN NUESTRA ACTUAL POLÍTICA DE COMERCIO EXTERIOR SE PRETENDE DAR APOYO A LAS MISMAS. YA QUE ES DE ESPERAR, POR LO TANTO QUE, A LARGO PLAZO, NUESTRO PAÍS CONSIGA EXPORTAR -- LAS MANUFACTURAS QUE PRODUZCA, A COSTOS MÁS BAJOS QUE LOS COMPETIDORES EXTRANJEROS, DE ACUERDO CON EL PRINCIPIO CLÁSICO DE LAS "VENTAJAS COMPARATIVAS".

---

42 DALTON DAEMON: EMPRESAS DE COMERCIO EXTERIOR, OP. CIT. P. 244.



## 2.1. INCENTIVOS FISCALES.-(\*)

- 2.1.1. EXENCIÓN DEL IMPUESTO A LA RENTA.
- 2.1.2. DEDUCCIÓN DE LOS GASTOS EN LA PROMOCIÓN DE EXPORTACIONES.
- 2.1.3. REDUCCIÓN DEL IMPUESTO SOBRE LAS TRANSFERENCIAS FINANCIERAS PARA EL EXTRANJERO.
- 2.1.4. EXENCIÓN DEL IMPUESTO SOBRE PRODUCTOS INDUSTRIALIZADOS (IPI).
- 2.1.5. EXENCIÓN DEL IMPUESTO SOBRE CIRCULACIÓN DE MERCADERÍAS (ICM).
- 2.1.6. IMPORTACIONES DE BIENES DE CAPITAL LIBRE DE IMPUESTOS.
- 2.1.7. "DRAWBACK" LAS TARIFAS ADUANERAS PAGADOS SOBRE BIENES INTERMEDIOS UTILIZADOS EN LA PRODUCCIÓN DESTINADA A LA EXPORTACIÓN, SON DEVUELTAS A LA EMPRESA, TOTAL O PARCIALMENTE.
- 2.1.8. EXENCIÓN DEL IMPUESTO SOBRE OPERACIONES FINANCIERAS.
- 2.1.9. EXENCIÓN DEL IMPUESTO SOBRE LUBRICANTES, COMBUSTIBLES Y ENERGÍA ELÉCTRICA.
- 2.1.10. EXENCIÓN DE OTROS TRIBUTOS, TASAS, CUOTAS, ETC.

## 2.2. INCENTIVOS FINANCIEROS.-(\*)

- 2.2.1. FINANCIAMIENTO A LA PRODUCCIÓN POR LOS BANCOS COMERCIALES, BANCO CENTRAL OFRECE REDESCUENTOS ESPECIALES A LA TASA DE 4% AL AÑO, A LOS BANCOS COMERCIALES, PARA QUE ÉSTOS CONCEDAN PRÉSTAMOS A LAS EMPRESAS MANUFACTURERAS.

---

(\*) PARA UNA DESCRIPCIÓN MÁS COMPLETA, VER EL MANUAL DEL EXPORTADOR, PUBLICACIÓN DE LA CACEX, BANCO DO BRASIL, S.A., SIN INCLUIR LAS MODIFICACIONES REALIZADAS DEL SISTEMA DE INCENTIVOS DESDE 1970.

- 2.2.2. FINANCIAMINETOS A LA PRODUCCIÓN POR EL BANCO DE BRASIL,
- 2.2.3. FINANCIAMIENTO A LA PRODUCCIÓN POR EL BANCO NACIONAL DE DESARROLLO ECONÓMICO,
- 2.2.4. FINANCIAMIENTO A LA EXPORTACIÓN CONCEDIDOS POR LA CARTERA DE COMERCIO EXTERIOR (CAEX) PARA FINANCIAR LAS SIGUIENTES OPERACIONES:
- EXPORTACIONES (NORMALES O EN CONSIGNACIÓN) DE BIENES DE CAPITAL O DE CONSUMO DURABLES,
  - VENTA EN EL EXTRANJERO DE ESTUDIOS Y PROYECTOS TÉCNICO-ECONÓMICOS Y DE INGENIERÍA,
  - PROGRAMAS DE PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE NUESTROS PRODUCTOS EN EL EXTRANJERO,
- 2.2.5. SEGURO DE CRÉDITO A LA EXPORTACIÓN; QUE CUBRE: RIESGOS COMERCIALES (COMO LA INSOLVENCIA DEL IMPORTADOR) RIESGOS POLÍTICOS Y EXTRAORDINARIOS, BENEFICIÁNDOSE EL QUE FINANCIA Y LOS PROPIOS EXPORTADORES (43).

### 3. DIAGNOSTICO DE LA SITUACION COMPARATIVA ACTUAL EN MEXICO.-

EN TÉRMINOS COMPARATIVOS, LOS APOYOS FISCALES CONCEDIDOS A LOS EXPORTADORES MEXICANOS SON MÍNIMOS.

---

43 CENTRO DE COMERCIO INTERNACIONAL: CONSTITUCIÓN Y GESTIÓN DE EXPORTACIÓN;... OP. CIT. P.P. 81-83.

EL HECHO DE QUE NO EXISTA EXENCIÓN ALGUNA EN EL ISR -  
PONE AL PAÍS EN FRANCA DESVENTAJA, PUDIÉNDOSE AFIRMAR LO -  
MISMO EN EL CASO DE EXENCIONES ESPECIALES.

EN LO REFERENTE A APOYOS FINANCIEROS, APARENTA HABER  
IGUALDAD DE CONDICIONES EN EL FINANCIAMIENTO A CORTO PLAZO,  
SIN EMBARGO, DEBE TENERSE PRESENTE QUE SI BIEN EN LA ACTUA-  
LIDAD LOS PAÍSES HAN TENDIDO A REDUCIR (O ELIMINAR) LOS --  
SUBSIDIOS FINANCIEROS, EN LAS ETAPAS INICIALES LLEGARON A  
JUGAR UN PAPEL FUNDAMENTAL DENTRE DE SUS PROGRAMAS DE FO--  
MENTO A LAS EXPORTACIONES.

EN LO QUE RESPECTA A FINANCIAMIENTOS A LARGO PLAZO, -  
NUESTRA POSICIÓN ES DESFAVORABLE.

LA CARTA DE CRÉDITO DOMÉSTICA, AÚN NO ESTÁ OPERANDO EN  
MÉXICO, MIENTRAS QUE EN EL RESTO DE LOS PAÍSES HA ESTADO VI-  
GENTE POR UN AMPLIO PERÍODO DE TIEMPO. HACIÉNDOSE EXTENSI-  
VO SU USO A LO LARGO DE TODA LA CADENA PRODUCTIVA.

EN TÉRMINOS COMPARATIVOS, EL ACCESO A INSUMOS IMPORTA-  
DOS QUE GARANTICEN LA IGUALDAD DE COMPETENCIA ES DESFAVORA-  
BLE PARA LAS EMPRESAS EN MÉXICO.

LA DESVENTAJA ES OBVIA RESPECTO A PAÍSES QUE CONCEDEN  
COMERCIO LIBRE PRÁCTICAMENTE IRRESTRICTO DE TODO TIPO DE -  
BIENES (HONG KONG, SINGAPUR).

LOS DIMEX (DERECHO DE IMPORTACIÓN SIN PERMISO) SE LIMITAN AL 30% DEL VALOR DE LO EXPORTADO, SIEMPRE QUE LA INTEGRACIÓN NACIONAL SEA AL MENOS 30%.

LA DEVOLUCIÓN DE IMPUESTOS DE IMPORTACIÓN SOBRE INSUMOS ES CASUÍSTICA Y COMPLETA. EN COREA, SEGÚN LA OPINIÓN DE EXPERTOS, A LOS IMPORTADORES DE INSUMOS UTILIZADOS EN LA EXPORTACIÓN SE LES HA PERMITIDO DIFERIR EL PAGO DEL ARANCEL - POR PERÍODOS CONSIDERABLES (ANEXO IV).

C A P I T U L O V

REGIMEN LEGAL PARA LA CONSTITUCION  
DE LAS EMPRESAS

## 1. LEGISLACION APLICABLE,-

LA CONSTITUCIÓN DE LAS SOCIEDADES MERCANTILES EN LA - REPÚBLICA MEXICANA, SE REGULA FUNDAMENTALMENTE POR LA LEY - GENERAL DE SOCIEDADES MERCANTILES. SIN EMBARGO, OTROS CUERPOS DE LEYES SE RELACIONAN EN FORMA IMPORTANTE CON SU CONSTITUCIÓN Y FUNCIONAMIENTO. A CONTINUACIÓN ENLISTAMOS ALGUNAS DE LAS MÁS IMPORTANTES LEYES Y CÓDIGOS NORMATIVOS EN - ESTAS MATERIAS (44):

- . CONSTITUCIÓN POLÍTICA DE LOS ESTADOS UNIDOS MEXICANOS.
- . LEY ORGÁNICA DE LA FRACCIÓN PRIMERA DEL ARTÍCULO 27 CONSTITUCIONAL.
- . REGLAMENTO DE LA LEY ORGÁNICA DE LA FRACCIÓN PRIMERA DEL ARTÍCULO 27 CONSTITUCIONAL.
- . LEY GENERAL DE SOCIEDADES MERCANTILES.
- . CÓDIGO DE COMERCIO.
- . LEY DEL IMPUESTO SOBRE LA RENTA.
- . LEY DEL IMPUESTO AL VALOR AGREGADO.

PARA COMENTAR LA CONSTITUCIÓN DE LAS SOCIEDADES ANÓNIMAS, ES NECESARIO HACER MENCIÓN DE LOS SIGUIENTES APARTADOS:

- . REQUISITOS PREVIOS A LA CONSTITUCIÓN.
- . FORMALIZACIÓN NOTARIAL Y ESTATUTOS DE LA SOCIEDAD.

---

44 MANUAL PARA LA FORMACIÓN Y OPERACIÓN DE EMPRESAS COMERCIALIZADORAS, IMCE. ENERO 1981, P. 138.

ESTA TESIS NO PUEDE  
SALIR DE LA BIBLIOTECA

- , LOS ÓRGANOS DE ADMINISTRACIÓN DE LA SOCIEDAD ANÓNIMA.
- , EL REGISTRO DE LAS SOCIEDADES ANÓNIMAS.

### 1.1. PROCEDIMIENTOS Y REQUISITOS DE CONSTITUCIÓN DE LAS SOCIEDADES MERCANTILES.-

#### REQUISITOS PREVIOS A LA CONSTITUCIÓN.-

EL PRIMER PASO QUE DEBE QUEDAR SATISFECHO PARA INICIAR LA CONSTITUCIÓN DE UNA SOCIEDAD, ES LA OBTENCIÓN DEL PERMISO QUE DEBE OTORGAR LA SECRETARÍA DE RELACIONES EXTERIORES, LA QUE INTERVIENE ENTRE OTROS MOTIVOS PARA PRESERVAR EL CUMPLIMIENTO Y OBSERVANCIA DE LAS LIMITACIONES IMPUESTAS POR LA FRACCIÓN PRIMERA -- DEL ARTÍCULO 27 DE LA CONSTITUCIÓN POLÍTICA DE LOS ESTADOS UNIDOS MEXICANOS, EN LO REFERENTE A LA ADQUISICIÓN POR PARTE DE EXTRANJEROS DE BIENES O DERECHOS CON MOTIVO DE SU PARTICIPACIÓN EN SOCIEDADES MEXICANAS, Y LA LIMITACIÓN PARA ADQUIRIR INMUEBLES EN UNA FRANJA - DE CIENTO KILÓMETROS A LO LARGO DE LAS FRONTERAS, Y DE CINCUENTA KILÓMETROS EN LAS PLAYAS.

EL PERMISO QUE EXPIDA LA SECRETARÍA DE RELACIONES EXTERIORES CAUSA UN IMPUESTO POR LA SUMA DE \$1,000.00 (UN MIL PESOS 00/100 M.N.) Y LA SOCIEDAD DEL MISMO - DEBE PROPORCIONAR LOS SIGUIENTES DATOS:

1. LA DENOMINACIÓN BAJO LA QUE SE PRETENDE OPERAR LA EMPRESA.
2. EL DOMICILIO LEGAL DE LA SOCIEDAD.
3. EL CAPITAL SOCIAL, Y EN CASO DE SOCIEDADES ANÓNIMAS DE CAPITAL VARIABLE, EL NÍMIMO DEL MISMO CON QUE SE INCIARÁN LAS OPERACIONES.
4. LA DURACIÓN DE LA SOCIEDAD.
5. EL OBJETO O FINES MERCANTILES A LOS QUE SE DEDICARÁ LA EMPRESA.
6. LA INDICACIÓN SOBRE SI PARTICIPARÁN O NO EXTRANJEROS EN LA SOCIEDAD.

DE LOS REQUISITOS SOBRE LOS QUE SE EXIGE INFORMAR EN LA SOLICITUD DE PERMISO A LA SECRETARÍA DE RELACIONES EXTERIORES, CREEMOS QUE ÚNICAMENTE REQUIERE COMENTARIO EL RELATIVO A LA DENOMINACIÓN DE LA EMPRESA.

LAS SOCIEDADES ANÓNIMAS EN LA LEGISLACIÓN MEXICANA, FUNCIONARÁN BAJO UNA DENOMINACIÓN QUE SE FORMULA LIBREMENTE, PERO QUE DEBE SER DISTINTA DE LA DE CUALQUIER OTRA SOCIEDAD, SIENDO INDISPENSABLE QUE AL UTILIZARSE EL NOMBRE O DENOMINACIÓN SE EMPLEE SIEMPRE -- ADICIONÁNDOLE LAS PALABRAS "SOCIEDAD ANÓNIMA", O SU ABREVIATURA "S.A."; O BIEN "SOCIEDAD ANÓNIMA DE CAPITAL VARIABLE", SI ESTE FUERA EL CASO, O SU ABREVIATURA "S.A. DE C.V." (45).



LOS DIVERSOS TIPOS DE SOCIEDADES MERCANTILES RECONOCIDOS EN EL MARCO JURÍDICO MEXICANO, ESTÁN ESTABLECIDOS POR LA LEY GENERAL DE SOCIEDADES MERCANTILES, LA QUE EN SU ARTÍCULO 1° HACE ENUMERACIÓN DE LAS SIGUIENTES:

1. SOCIEDAD EN NOMBRE COLECTIVO.
2. SOCIEDAD EN COMANDITA SIMPLE.
3. SOCIEDAD DE RESPONSABILIDAD LIMITADA.
4. SOCIEDAD ANONIMA.
5. SOCIEDAD EN COMANDITA POR ACCIONES.
6. SOCIEDAD COOPERATIVA.

LOS PRESENTES COMENTARIOS SE REDUCIRÁN A PROPORCIONAR INFORMACIÓN ESQUEMÁTICA SOBRE LO ESENCIAL EN MATERIA DE SOCIEDADES ANÓNIMAS, SIN OCUPARNOS DE LOS OTROS TIPOS QUE LA LEY CLASIFICA, DADO QUE ES LA SOCIEDAD ANÓNIMA LA FORMA MODERNA MÁS USUAL PARA EJERCER ACTOS DE COMERCIO, Y QUE POR GOZAR DE DIFUSIÓN MUNDIAL EN LOS PAÍSES DE ECONOMÍA DE MERCADO, CREEMOS DE MAYOR UTILIDAD PARA LOS FINES INFORMATIVOS QUE SE PERSIGUEN.

#### FORMALIZACIÓN NOTARIAL Y ESTATUTOS DE LA SOCIEDAD.-

CON EL PERMISO QUE HAYA OTORGADO LA SECRETARÍA DE RELACIONES EXTERIORES, SE CONCURRIRÁ ANTE EL NOTARIO PÚBLICO (FEDATARIO OFICIALMENTE AUTORIZADO) QUE SELECCIONEN LOS INTERESADOS.

CABE SEÑALAR QUE LOS ACTOS QUE FORMALIZAN LOS NOTARIOS PÚBLICOS AUTORIZADOS EN LOS ESTADOS DE LA REPÚBLICA Y ESTABLECIDOS EN CUALQUIER CIUDAD, TIENEN VALIDEZ EN TODO EL PAÍS, POR LO QUE NO ES NECESARIO PERO SÍ CONVENIENTE, POR RAZONES DE SIMPLIFICACIÓN, QUE SE CONCURRA ANTE EL NOTARIO PÚBLICO DEL LUGAR DEL DOMICILIO DE LA SOCIEDAD.

LA PRESENCIA ANTE EL NOTARIO PÚBLICO TIENE POR OBJETO QUE CONTÁNDOSE CON EL PERMISO MENCIONADO, ESTE FUNCIONARIO PROCEDA A FORMALIZAR EL CONTRATO DE SOCIEDAD (46).

EL CONTRATO DE SOCIEDAD SERÁ LA ESTRUCTURA CONSTITUTIVA DE LA EMPRESA Y DEBERÁ CONTENER, CUMPLIENDO LO DISPUESTO POR EL ARTÍCULO 6° DE LA LEY GENERAL DE SOCIEDADES MERCANTILES, LOS SIGUIENTES DATOS:

- 1° LOS NOMBRES, NACIONALIDAD Y DOMICILIO DE LAS PERSONAS FÍSICAS O MORALES QUE CONSTITUYAN LA SOCIEDAD,
- 2° EL OBJETO DE LA SOCIEDAD,
- 3° SU DENOMINACIÓN,
- 4° EL DOMICILIO DE LA SOCIEDAD,
- 5° EL IMPORTE DEL CAPITAL SOCIAL. CUANDO LA SOCIEDAD SE CONSTITUYA COMO DE CAPITAL VARIABLE, SE EXPRESARÁ ASÍ INDICANDO EL MÍNIMO APORTADO POR LOS SOCIOS.

- 6° LA INDICACIÓN DE LO APORTADO POR CADA SOCIO.
- 7° LAS NORMAS INTERNAS QUE DE ACUERDO CON LA LEY SE HAYAN CONVENIDO POR LOS SOCIOS CON RESPECTO A LA ADMINISTRACIÓN DE LA SOCIEDAD, Y DEMÁS ASPECTOS ESTATUTARIOS.

PARA LA CONSTITUCIÓN DE LAS SOCIEDADES ANÓNIMAS ES REQUISITO INDISPENSABLE QUE POR LO MENOS PARTICIPEN 5 SOCIOS, PERSONAS FÍSICAS O MORALES, DEBIENDO COMO MÍNIMO SUSCRIBIR UNA ACCIÓN CADA UNA DE ELLAS. EN NINGÚN CASO PODRÁ CONSTITUIRSE UNA SOCIEDAD ANÓNIMA CON CAPITAL MENOR A \$25,000.00 (VEINTICINCO MIL PESOS 00/100 M.N.), ÍNTEGRAMENTE SUSCRITAS, DEBIENDO AL MENOS ESTAR PAGADO EL 20% DEL VALOR DE CADA UNA DE LAS ACCIONES REPRESENTATIVAS DEL CAPITAL APORTADO EN DINERO. CUANDO LAS ACCIONES SE CUBRAN TOTAL O PARCIALMENTE CON BIENES DISTINTOS AL DINERO, (VRG. OTROS BIENES MUEBLES O BIENES INMUEBLES), TALES ACCIONES DEBERÁN ESTAR ÍNTEGRAMENTE PAGADAS AL MOMENTO DE LA CONSTITUCIÓN (47).

EN TODA FORMALIZACIÓN, LOS ESTATUTOS SEÑALARÁN LOS TÉRMINOS Y CONDICIONES EN QUE DEBEN CUBRIRSE LAS PARTES DE LAS ACCIONES QUE QUEDARON PENDIENTES DE PAGARSE ÍNTEGRAMENTE.

---

47 LEY GENERAL DE SOCIEDADES MERCANTILES ART.96, 4A. EDICIÓN, PORRÚA, MÉXICO D. F., 1985,

## 1.2. LOS ORGANOS DE ADMINISTRACIÓN DE LA SOCIEDAD ANÓNIMA.-

### LA INSPECCIÓN EN EL REGISTRO PÚBLICO DE COMERCIO.-

ESTATUTARIAMENTE LAS SOCIEDADES ANÓNIMAS SE RIGEN POR LA ASAMBLEA DE SOCIOS, QUE ES EL ÓRGANO SUPERIOR - DE LAS MISMAS Y EL QUE DESIGNA A LOS ADMINISTRADORES - DE LA SOCIEDAD, LOS QUE TIENEN EL CARÁCTER DE MANDATARIOS TEMPORALES Y REVOCABLES, PUDIENDO SER UNA O MÁS - PERSONAS, QUE PUEDEN SER SOCIOS O PERSONAS EXTRAÑAS A LA SOCIEDAD.

CUANDO LOS ADMINISTRADORES SON DOS O MÁS SE CONSTITUYEN EN CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN, EL CUAL FUNCIONA BAJO UNA PRESIDENCIA QUE RECAE EN LA PERSONA DESIGNADA POR LA ASAMBLEA DE ACCIONISTAS.

TANTO LA ASAMBLEA GENERAL DE ACCIONISTAS COMO EL ADMINISTRADOR O EL CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN, EN CASO DE ESTAR FACULTADOS PARA DELEGAR PODERES, PODRÁN NOMBRAR UNO O VARIOS GERENTES GENERALES O ESPECIALES, QUE PODRÁN TAMBIÉN SER SOCIOS O PERSONAS EXTRAÑAS A LA SOCIEDAD. ESTOS NOMBRAMIENTOS TENDRÁN TAMBIÉN SIEMPRE - EL CARÁCTER DE REVOCABLES.

TANTO LOS ADMINISTRADORES COMO LOS GERENTES CONTARÁN CON FACULTADES QUE EXPRESAMENTE LES HAYA CONFERIDO LA -

ASAMBLEA GENERAL DE ACCIONISTAS O EL CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN, SEGÚN SE HAYAN HECHO LAS DESIGNACIONES POR UNO U OTRO DE ESTOS ÓRGANOS (48).

ES OBLIGATORIO ESTABLECER UN ÓRGANO DE VIGILANCIA QUE RECAE EN LOS LLAMADOS "COMISARIOS", LOS QUE TIENEN EL CARÁCTER DE TEMPORALES Y REVOCABLES Y PUEDEN SER SOCIOS O PERSONAS EXTRAÑAS A LA SOCIEDAD.

FINALMENTE, ES NECESARIO SEÑALAR QUE LAS SOCIEDADES ANÓNIMAS ESTÁN OBLIGADAS A PRACTICAR ANUALMENTE UN BALANCE EN EL QUE SE HARÁN CONSTAR LOS ASPECTOS CONTABLES RELATIVOS AL ACTIVO Y PASIVO, UTILIDADES, PÉRDIDAS, Y DEMÁS DATOS QUE DEMUESTREN CLARAMENTE EL ESTADO ECONÓMICO DE LA SOCIEDAD.

---

48 JOAQUIN RODRIGUEZ Y RODRIGUEZ: DERECHO MERCANTIL; TOMO I, PORRÚA S. A., MÉXICO D.F., 1982. P.381.

## 2. EL REGISTRO DE LAS SOCIEDADES ANONIMAS.-

CONCLUÍDA LA FORMALIZACIÓN DEL CONTRATO SOCIAL O ESCRITURA CONSTITUTIVA DE LA EMPRESA, DEBE PROCEDERSE A SU INSCRIPCIÓN EN EL REGISTRO PÚBLICO DE COMERCIO DEL DOMICILIO SOCIAL, PARA QUE QUEDEN ASENTADOS LOS DATOS RELATIVOS A SU IDENTIFICACIÓN, EL CAPITAL SOCIAL, LAS ACCIONES REPRESENTATIVAS DEL MISMO Y LA FORMA DE SU ADMINISTRACIÓN, PERSONAS ENCARGADAS DE LAS MISMAS Y SUS FACULTADES, CON INDICACIÓN DEL ALCANCE Y LIMITACIONES IMPUESTAS A LOS PODERES QUE LES HAYAN SIDO CONCEDIDOS (49).

LOS TESTIMONIOS, O SEAN LOS EJEMPLARES DE LA ESCRITURA NOTARIAL, EXPEDIDOS POR EL NOTARIO PÚBLICO CON LA ANOTACIÓN RELATIVA A SU INSCRIPCIÓN EN EL REGISTRO PÚBLICO DE COMERCIO, SERVIRÁN PARA ACREDITAR LA EXISTENCIA LEGAL DE LA SOCIEDAD Y LAS FACULTADES DE LOS FUNCIONARIOS QUE INTERVIENEN EN SU ADMINISTRACIÓN PARA TODOS LOS EFECTOS LEGALES DE INTERÉS A LA EMPRESA DE ACUERDO A SUS FINES ECONÓMICOS.

---

49 IBID., P.385.

### 3. ESTATUTOS.-

CONVIENE REPETIR AQUÍ QUE LOS TÉRMINOS EMPRESA DE -- SERVICIOS, EMPRESA DE COMERCIO EXTERIOR Y CONSORCIO DE -- EXPORTACIÓN SE UTILIZAN PARA INDICAR UNA OPERACIÓN MANCOMUNADA COMO SE DEFINE EN EL CAPÍTULO PRIMERO. TAL AGRUPACIÓN PUEDE CONSTITUIRSE EN LA PRÁCTICA COMO "ASOCIACIÓN", "COOPERATIVA", "UNIÓN", "SOCIEDAD MERCANTIL" O DE CUALQUIER OTRA FORMA QUE SE CONSIDERE APROPIADA PARA LAS ACTIVIDADES QUE HAN DE REALIZARSE, DENTRO DEL MARCO DEL DERECHO MERCANTIL MEXICANO. LA ELECCIÓN DEL TIPO DE ORGANIZACIÓN QUE DEBERÁ CREARSE CON ARREGLO DE LAS DISPOSICIONES LEGALES NO CONSTITUYE UN PROLEMA DE GRAN IMPORTANCIA.

LO PRIMERO QUE DEBE HACERSE ES DEFINIR LAS ACTIVIDADES QUE HA DE EMPRENDER LA AGRUPACIÓN, CONFORME A LAS CONDICIONES QUE SE INDICAN EN EL PRESENTE CAPÍTULO. EN SEGUNDO LUGAR, SE ENCARGARÁ A UN GRUPO DE ABOGADOS Y CONTADORES QUE PREPAREN UN PROYECTO DE ESTATUTOS EN DEBIDA FORMA EN VIRTUD DE LOS CUALES PUEDAN PROPORCIONARSE LOS SERVICIOS NECESARIOS Y QUEDEN PREVISTAS LAS GARANTÍAS ESENCIALES. - POR ÚLTIMO, SE PROCEDERÁ A EXAMINAR EL PROYECTO DEL TEXTO, TAL COMO QUEDA FORMULADO JURÍDICAMENTE, A LA VISTA DE LAS CONSIDERACIONES COMERCIALES, A FIN DE EVITAR QUE SUS CLÁUSULAS OBSTRUYAN O COARTEN INNECESARIAMENTE LAS ACTIVIDADES DE LA AGRUPACIÓN.

PARA PREPARAR EL TEXTO DEL DOCUMENTO DE CONSTITUCIÓN, PUEDE OBTENERSE ASESORAMIENTO A LAS CÁMARAS DE COMERCIO Y DE LOS ORGANISMOS DE PROMOCIÓN DE EXPORTACIONES COMO BANCO MEXT (50). EL ESTUDIO DE LOS ESTATUTOS DE OTRAS AGRUPACIONES PUEDE SER ESPECIALMENTE ÚTIL.

LA ESTRUCTURA JURÍDICA DE LA AGRUPACIÓN TENDRÁ LOS SIGUIENTES OBJETIVOS:

- PROTEGER A LOS ASOCIADOS CONTRA TODO EVENTUAL PASIVO QUE SOBREPASE LAS OBLIGACIONES FINANCIERAS CONVENIDAS.
- GARANTIZAR A LA EMPRESA DE COMERCIALIZACIÓN EL APOYO FINANCIERO Y OPERACIONAL DE SUS MIEMBROS DENTRO DE LO ESTIPULADO EN LOS ESTATUTOS.
- GARANTIZAR A LOS MIEMBROS LOS SERVICIOS OFRECIDOS POR LA EMPRESA.
- EVITAR LA POSIBILIDAD DE QUE LA AGRUPACIÓN PUEDA DESINTEGRARSE, Y PARA TAL EFECTO DEBERÁN DEFINIRSE LOS DERECHOS Y RESPONSABILIDADES EN CUESTIONES DE IMPORTANCIA DECISIVA, TALES COMO EL RETIRO DE LA CONDICIÓN DE MIEMBRO, EL AUMENTO DEL NÚMERO DE MIEMBROS, LA EMISIÓN DE CAPITAL SUPLEMENTARIO, LA SUPERACIÓN DE DIRECTORES, LA DISOLUCIÓN DE LA ORGANIZACIÓN, LA DISTRIBUCIÓN DE SU ACTIVO, ETC.

---

50 MANUAL IMCE, Op. Cit., p.115.



4. REQUISITOS NECESARIOS PARA EL REGISTRO DE UNA EMPRESA DE -  
COMERCIO EXTERIOR,-

1. COPIA PROTOCOLIZADA Y CERTIFICADA ANTE NOTARIO PÚBLICO DE LA ESCRITURA EN LA QUE SE CONSTITUYE LA EMPRESA DE COMERCIO EXTERIOR CONFORME A LA LEY GENERAL DE SOCIEDADES MERCANTILES, INDICANDO EL OBJETO DE LA SOCIEDAD Y LA INTEGRACIÓN DEL CAPITAL SOCIAL MÍNIMO PAGADO POR LA CANTIDAD DE 15 MILLONES DE PESOS, REPRESENTADO POR ACCIONES NOMINATIVAS SUSCRITAS POR PERSONAS FÍSICAS - DE NACIONALIDAD MEXICANA O POR PERSONAS MORALES CON - MAYORÍA DE CAPITAL MEXICANO,
2. TESTIMONIO NOTARIAL CERTIFICADO EN EL QUE CONSTE EL CAPITAL SOCIAL ACTUAL, SU COMPOSICIÓN Y EL OBJETO SOCIAL DE CADA UNA DE LAS EMPRESAS ASOCIADAS.
3. ORGANIGRAMA FUNCIONAL DE LA EMPRESA.
4. COPIA DE LA ÚLTIMA NÓMINA DEL PERSONAL DEL CONSORCIO.
5. COPIA DEL CONTRATO DE ARRENDAMIENTO DE LAS OFICINAS - DEL CONSORCIO.
6. COPIA DE LOS CONTRATOS DE TELÉFONO Y TÉLEX.

7. COPIAS DEBIDAMENTE LEGALIZADAS DE LOS CONTRATOS FIRMADOS CON SUS REPRESENTANTES EXCLUSIVOS EN EL EXTRANJERO, EN LOS QUE SE INDIQUEN LOS SERVICIOS QUE SE PROPORCIONARÁN Y LAS COMISIONES QUE SE PAGAN.
  8. CARTA COMPROMISO DE CADA UNA DE LAS EMPRESAS ASOCIADAS, EN LA QUE MANIFIESTEN SU CONFORMIDAD EN TRASLADAR TODAS SUS ACTIVIDADES DE COMERCIO EXTERIOR AL CONSORCIO.
  9. PROGRAMA ANUAL DE TRABAJO DEL CONSORCIO, DE ACUERDO A UN FORMATO PREVIAMENTE ESTABLECIDO.
5. DIRECTORIO ACTUALIZADO DE LAS EMPRESAS DE COMERCIO EXTERIOR, (ANEXO V).

C A P I T U L O V I

LAS EMPRESAS DE COMERCIO EXTERIOR  
EN LOS PROGRAMAS QUE EL GOBIERNO FEDERAL IMPLEMENTA.

1. PLAN NACIONAL DE DESARROLLO 1983-1988  
(ANÁLISIS SINTÉTICO)

BASES JURIDICAS.- AL INICIO DE LA PRESENTE ADMINISTRACIÓN, EL EJECUTIVO FEDERAL PROMOVIO UNA SERIE DE REFORMAS A LA CONSTITUCIÓN POLÍTICA CON OBJETO DE FIJAR LOS PRINCIPIOS NORMATIVOS DEL ESTADO COMO RECTOR DEL DESARROLLO ECONÓMICO Y SOCIAL DE LA NACIÓN.

PARA TAL EFECTO, SE REFORMARON Y ADICIONARON LOS ARTÍCULOS 25, 26, 27 Y 28 CONSTITUCIONALES.

EXPLÍCITAMENTE, EL ARTÍCULO 26 CONSTITUCIONAL ESTABLECE LAS FACULTADES DEL ESTADO PARA PLANEAR EL DESARROLLO NACIONAL.

ESTE PRECEPTO SEÑALA, BÁSICAMENTE, QUE: EL ESTADO ORGANIZARÁ UN SISTEMA NACIONAL DE PLANEACIÓN DEMOCRÁTICA; LA LEY FACULTARÁ AL EJECUTIVO PARA QUE ESTABLEZCA LOS PROCEDIMIENTOS DE PARTICIPACIÓN Y CONSULTA POPULAR; LA LEY DETERMINARÁ LOS ÓRGANOS RESPONSABLES DE PROCESO DE PLANEACIÓN; HABRÁ UN PLAN NACIONAL DE DESARROLLO AL QUE SE SUJETARÁN, OBLIGATORIAMENTE, LOS PROGRAMAS DE LA ADMINISTRACIÓN PÚBLICA FEDERAL.

LA LEY DE PLANEACIÓN DEL 5 DE ENERO DE 1983, REGLAMENTARÍA DEL ARTÍCULO 26 CONSTITUCIONAL, ESTABLECE AL RESPECTO QUE:

"ES RESPONSABILIDAD DEL EJECUTIVO FEDERAL CONDUCIR LA PLANEACIÓN NACIONAL DEL DESARROLLO Y, POR LO TANTO, ELABORAR, APROBAR Y PUBLICAR EN EL ÁMBITO DEL SISTEMA NACIONAL DE PLANEACIÓN DEMOCRÁTICA, EL PLAN NACIONAL DE DESARROLLO, DENTRO DE LOS SEIS PRIMEROS MESES DE LA GESTIÓN DEL PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA."

EL PLAN NACIONAL DE DESARROLLO PRECISARÁ LOS OBJETIVOS NACIONALES ESTRATEGIA Y PRIORIDADES DEL DESARROLLO INTEGRAL DEL PAÍS; CONTENDRÁ PREVISIONES SOBRE LOS RECURSOS QUE SERÁN ASIGNADOS A TALES FINES; DETERMINARÁ LOS INSTRUMENTOS Y RESPONSABLES DE SU EJECUCIÓN; ESTABLECERÁ LOS LINEAMIENTOS DE POLÍTICA DE CARÁCTER GLOBAL, SECTORIAL Y REGIONAL; SUS PREVISIONES SE REFERIRÁN AL CONJUNTO DE LA ACTIVIDAD ECONÓMICA Y SOCIAL; REGIRÁ EL CONTENIDO DE LOS PROGRAMAS QUE SE GENEREN EN EL SISTEMA NACIONAL DE PLANEACIÓN DEMOCRÁTICA,

#### 1.1. CONSIDERACIONES DEL DECRETO POR EL QUE SE APRUEBA EL PLAN.

FRENTE A LA ACTUAL CRISIS, LA ESTRATEGIA DEL PLAN SE BASA EN: LA NECESIDAD DE ORDENAR EL ESFUERZO COLECTIVO, -- EMPLEAR RAZONABLEMENTE LOS RECURSOS NATURALES, Y LOGRAR LA ÓPTIMA UTILIZACIÓN DEL POTENCIAL DE RECURSOS HUMANOS, A FIN DE MEJORAR Y HACER EFICIENTE LA CAPACIDAD DE RESPUESTA DEL ESTADO ANTE LAS CONDICIONES ACTUALES INTERNAS Y EXTERNAS.

LA CONCEPCIÓN DEL PLAN SUPONE UN CARÁCTER EMINENTEMENTE CUALITATIVO, EN EL QUE SE PRESENTAN LAS ORIENTACIONES DE GRAN AMPLITUD, ESTABLECIENDO LAS DIRECTRICES PARA EL CAMBIO Y PRECISANDO LAS LÍNEAS FUNDAMENTALES DE ACCIÓN QUE DEBERÁN SEGUIRSE EN LOS DIFERENTES SECTORES. DEJANDO A LOS PROGRAMAS SECTORIALES DE MEDIANO PLAZO Y A LOS OPERATIVOS ANUALES QUE COMPLETAN LA ESTRUCTURA DEL SISTEMA NACIONAL DE PLANEACIÓN DEMOCRÁTICA, EL ESTABLECER CIFRAS PRECISAS, COMPROMISOS NUMÉRICOS Y ADECUACIONES DENTRO DE LOS AVANCES DE LA PLANEACIÓN.

LAS DEPENDENCIAS BAJO SU ESTRUCTURA RESPONSABILIDAD Y EN SUS RESPECTIVOS ÁMBITOS DE ATRIBUCIONES, FORMULARON LOS CORRELATIVOS CAPÍTULOS QUE INTEGRAN EL PLAN, PROPICIANDO QUE LOS OBJETIVOS, ESTRATEGIAS Y LINEAMIENTOS SEAN ACORDES CON LA CAPACIDAD DE ACCIÓN DE CADA SECTOR ADMINISTRATIVO.

## 1.2. PROPOSITO FUNDAMENTAL DEL PLAN.

MANTENER Y REFORZAR LA INDEPENDENCIA DE LA NACIÓN PARA LA CONSTRUCCIÓN DE UNA SOCIEDAD QUE, BAJO LOS PRINCIPIOS DEL ESTADO DE DERECHO, GARANTICE LIBERTADES INDIVIDUALES Y COLECTIVAS EN UN SISTEMA INTEGRAL DE DEMOCRACIA Y EN CONDICIONES DE JUSTICIA SOCIAL. REQUIRIÉNDOSE PARA ELLO DE UNA MAYOR FORTALEZA INTERNA:

DE LA ECONOMÍA NACIONAL, A TRAVÉS DE LA RECUPERACIÓN DEL CRECIMIENTO SOSTENIDO, QUE PERMITA GENERAR LOS EMPLEOS

REQUERIDOS POR LA POBLACIÓN, EN UN MEDIO DE VIDA DIGNO; Y

DE LA SOCIEDAD A TRAVÉS DE UNA MEJOR DISTRIBUCIÓN DEL INGRESO ENTRE FAMILIAS Y REGIONES, Y EL CONTINUO PERFECCIONAMIENTO DEL RÉGIMEN DEMOCRÁTICO.

### 1.3. OBJETIVOS DEL PLAN.

DEL PROPÓSITO FUNDAMENTAL DEL PLAN SE DERIVAN, RELACIONADOS ENTRE SÍ, LOS CUATRO OBJETIVOS SIGUIENTES:

- CONSERVAR Y FORTALECER LAS INSTITUCIONES DEMOGRÁFICAS.
- VENCER LA CRISIS.
- RECUPERAR LA CAPACIDAD DE CRECIMIENTO.
- INICIAR LOS CAMBIOS CUALITATIVOS QUE REQUIERE EL PAÍS EN SUS ESTRUCTURAS ECONÓMICAS, POLÍTICAS Y SOCIALES.

### 1.4. PRINCIPALES CONCEPTOS EN LA PRESENTACION E INTRODUCCION DEL PLAN.

EL PLAN RESPONDE A LA VOLUNTAD POLÍTICA DE ENFRENTAR - LOS RETOS ACTUALES DEL PAÍS CON DECISIÓN, ORDEN Y PERSEVERANCIA, Y CON LA MÁS AMPLIA PARTICIPACIÓN DE LA SOCIEDAD.

SINTETIZA LA RESPONSABILIDAD DEL GOBIERNO DE CONducIR EL CAMBIO POR LA VÍA INSTITUCIONAL, LA JUSTICIA, LA LIBERTAD Y EL DERECHO.

LA ESTRATEGIA DEL PLAN ES PARA VENCER LA CRISIS E INICIAR LOS CAMBIOS QUE DEMANDA LA SOCIEDAD, DISTRIBUIR MÁS -- EQUITATIVAMENTE ENTRE PERSONAS Y REGIONES LOS FRUTOS DEL - DESARROLLO Y AMPLIAR LA PARTICIPACIÓN DE LA SOCIEDAD EN LOS PROCESOS ECONÓMICOS Y POLÍTICOS.

EN EL CORTO PLAZO LO FUNDAMENTAL ES EL COMBATE CONTRA LA INFLACIÓN Y LA PROTECCIÓN DEL EMPLEO.

LA ESTRATEGIA Y LAS ACCIONES PROPUESTAS EN EL PLAN, - RECOGEN LOS PLANTEAMIENTOS DE LOS FOROS DE CONSULTA POPULAR.

LA PLANEACIÓN ES UN MEDIO PARA AVAN.CE EN LA DEMOCRATIZACION DEL PAÍS, AL SOMETER A CONSIDERACIÓN DE LA CIUDADANÍA LA DEFINICIÓN EXPLÍCITA DEL RUMBO A SEGUIR.

### 1.5. CONTENIDO DEL PLAN.-

EL PLAN ESTRUCTURADO EN LOS SIGUIENTES TRES APARTADOS:  
I. PRINCIPIOS POLÍTICOS, DIAGNÓSTICO, PROPÓSITO, OBJETIVOS Y ESTRATEGIA.



2. REALIZACIÓN DE LA ESTRATEGIA.
3. PARTICIPACIÓN DE LA SOCIEDAD EN LA EJECUCIÓN DEL PLAN.

EL PRIMER APARTADO ESTABLECE EL MARCO DE REFERENCIA PARA EL DISEÑO DE LA ESTRATEGIA GENERAL; CONSTA DE LOS SIGUIENTES CAPÍTULOS: LA POLÍTICA DEL ESTADO MEXICANO; CONTEXTO NACIONAL E INTERNACIONAL; EL GRAN PROPÓSITO NACIONAL Y LOS OBJETIVOS DEL DESARROLLO; ESTRATEGIA ECONÓMICA Y SOCIAL; RECUPERAR LA CAPACIDAD DE CRECIMIENTO Y ELEVAR LA CALIDAD DEL DESARROLLO.

ESTE PRIMER APARTADO CONTIENE LOS PRINCIPIOS POLÍTICOS PLASMADOS EN LA CONSTITUCIÓN; MUESTRA CÓMO LOS SIETE CRITERIOS EMANADOS DE LA CONSULTA POPULAR, FUNDAMENTAN LA ESTRATEGIA DE DESARROLLO CONTENIDA EN EL PLAN, LAS BASES POLÍTICAS QUE LA HARÁN POSIBLE Y LA COMPLEMENTARÁN; DESCRIBE LINEAMIENTOS GENERALES DE GOBIERNO, POLÍTICA EXTERIOR - SEGURIDAD NACIONAL Y JUSTICIA; SEÑALA LOS LOGROS ALCANZADOS DESDE LA REVOLUCIÓN HASTA NUESTROS DÍAS Y EVALÚA EL POTENCIAL DE DESARROLLO DEL PAÍS; MUESTRA LAS TENDENCIAS MÁS RELEVANTES DE LA ECONOMÍA INTERNACIONAL Y CÓMO ÉSTAS PODRÍAN INCIDIR EN EL PROCESO DE DESARROLLO NACIONAL; PLANTEA UNA ESTRATEGIA ORIENTADA A RECOBRAR LA CAPACIDAD DE CRECIMIENTO Y MEJORAR LA CALIDAD DEL DESARROLLO, A TRAVÉS DE LAS SIGUIENTES DOS LÍNEAS FUNDAMENTALES DE ACCIÓN:

LA REORDENACIÓN ECONÓMICA, QUE TIENE BÁSICAMENTE LOS TRES PROPÓSITOS SIGUIENTES: ABATIR LA INFLACIÓN Y LA INESTABILIDAD CAMBIARIA; PROTEGER EL EMPLEO, LA PLANTA PRODUCTIVA Y EL CONSUMO BÁSICO; RECUPERAR EL DINAMISMO DEL CRECIMIENTO SOBRE BASES DIFERENTES.

EL CAMBIO ESTRUCTURAL, QUE SE PRECISA EN LAS SEIS ORIENTACIONES GENERALES SIGUIENTES: ENFATIZAR LOS ASPECTOS SOCIALES Y DISTRIBUTIVOS DEL CRECIMIENTO, REORIENTAR Y MODERNIZAR EL APARATO PRODUCTIVO Y DISTRIBUTIVO; DESCENTRALIZAR LAS ACTIVIDADES PRODUCTIVAS Y EL BIENESTAR SOCIAL; ADECUAR LAS MODALIDADES DE FINANCIAMIENTO A LAS PRIORIDADES DEL DESARROLLO; PRESERVAR, MOVILIZAR Y PROYECTAR EL POTENCIAL DEL DESARROLLO NACIONAL; FORTALECER LA RECTORÍA DEL ESTADO, IMPULSAR AL SECTOR SOCIAL Y ALEN T A R EL SECTOR PRIVADO.

EL SEGUNDO APARTADO PLANTEA LOS LINEAMIENTOS PARA EL ESTABLECIMIENTO DEL PLAN EN LOS DISTINTOS ÁMBITOS DE LA VIDA NACIONAL; CONSTA DE LOS SIGUIENTES CAPÍTULOS: LA POLÍTICA ECONÓMICA GENERAL; LA POLÍTICA SOCIAL; LAS POLÍTICAS SECTORIALES; LA POLÍTICA REGIONAL.

ESTE SEGUNDO APARTADO DESCRIBE LAS POSIBILIDADES MACROECONÓMICAS Y EL USO DE LOS INSTRUMENTOS DE CARÁCTER GLOBAL DE QUE DISPONE EL ESTADO; EL MANEJO DE LA POLÍTICA DE GASTO PÚBLICO Y LOS LINEAMIENTOS DE POLÍTICA PARA LA EMPRESA PÚBLICA; DEFINE LA APLICACIÓN DE LAS POLÍTICAS DE INGRESO PÚBLICO.

BLICO, DE SUBSIDIOS, CREDITICIA, MONETARIA Y DE DEUDA PÚBLICA; PRECISA LA APLICACIÓN DE LAS POLÍTICAS CAMBIARIA DE COMERCIO EXTERIOR Y DE INVERSIÓN EXTRANJERA; ESTABLECE LINEAMIENTOS DE CAPACITACIÓN Y PRODUCTIVIDAD; DISPONE POLÍTICAS SOCIALES DE EMPLEO, DISTRIBUCIÓN DEL INGRESO, EDUCACIÓN, SALUD Y SEGURIDAD, ECOLOGÍA Y AMBIENTE, DESARROLLO URBANO Y VIVIENDA; ASIENTA LOS PROPÓSITOS Y LINEAMIENTOS DE ESTRATEGIA DE SECTORES ESPECÍFICOS; DESCRIBE EL MARCO PARA LA DISTRIBUCIÓN DEL CRECIMIENTO EN LAS DIVERSAS ZONAS DEL PAÍS; ORIENTA LA PLANEACIÓN QUE REALIZAN LA ADMINISTRACIÓN PÚBLICA FEDERAL, LOS ESTADOS Y LOS MUNICIPIOS EN EL ÁMBITO DE SUS RESPECTIVAS JURISDICCIONES.

EL TERCER APARTADO PLANTEA LA MANERA EN QUE LOS DIFERENTES GRUPOS SOCIALES PUEDEN PARTICIPAR EN LA EJECUCIÓN DEL PLAN; CONSTA DE UN CAPÍTULO DENOMINADO "PARTICIPACIÓN DE LA SOCIEDAD EN LA EJECUCIÓN DEL PLAN", EL CUAL CONTIENE LAS SIGUIENTES CUATRO VERTIENTES DE PARTICIPACIÓN: LA OBLIGATORIA, LA DE COORDINACIÓN, LA DE CONCERTACIÓN Y LA DE INDUCCIÓN, CON LO QUE SE REAFIRMA EL CARÁCTER DEMOCRÁTICO DE LA PLANEACIÓN (52).

---

52 BOLETIN MEXICANO DE DERECHO COMPARADO, UNAM. NUEVA SERIE, AÑO XVIII, No.54, SEPTIEMBRE-DICIEMBRE 1985, PP.1069-1073.

## 2. LAS EMPRESAS DE COMERCIO EXTERIOR EN EL CONTEXTO PRONAFICE.

LAS EMPRESAS DE COMERCIO EXTERIOR SON ÓRGANOS OPERATIVOS DE PRIMORDIAL IMPORTANCIA, CUYA ESTRUCTURA Y FUNCIONAMIENTO ACTUALES DEBEN REVISARSE A EFECTO DE ADAPTARLAS A LA ESTRATEGIA DEL CAMBIO ESTRUCTURAL Y A LOS OBJETIVOS DE COMERCIO EXTERIOR, CONFORME LO ESTABLECE EL PROGRAMA NACIONAL DE FOMENTO INDUSTRIAL Y COMERCIO EXTERIOR -PRONAFICE-.

COMO YA SE MENCIONÓ ANTERIORMENTE, EL 30 DE MAYO DE 1983 FUE APROBADO EL PLAN NACIONAL DE DESARROLLO 1983-1988. EN SU DECRETO DE APROBACIÓN Y VIGENCIA SE DESIGNÓ A LAS ENTIDADES RESPONSABLES PARA COORDINAR E INTEGRAR LA ELABORACIÓN DE -- LOS PROGRAMAS DE MEDIANO PLAZO Y OPERATIVO ANUALES.

EN CONSECUENCIA Y FUNDAMENTADO EN LOS ARTÍCULOS 25 Y 26 CONSTITUCIONALES, EN LA LEY DE PLANEACIÓN Y EN EL DECRETO CITADO, SE PRESENTA A LA NACIÓN EL PRONAFICE; POR EL COMPROMISO DEMOCRÁTICO Y PARTICIPATIVO QUE EN LA PRESENTACIÓN DE DICHO PROGRAMA SE ENUNCIA.

EL PROPÓSITO FUNDAMENTAL Y LOS OBJETIVOS ESPECÍFICOS - DE ESTE PROGRAMA SE SUSTENTAN EN PRINCIPIOS DE FILOSOFÍA POLÍTICA Y EN LOS LINEAMIENTOS DEL PLAN NACIONAL DE DESARROLLO. RESPONDEN A LOS GRANDES DESAFÍOS QUE ENFRENTA EL DESARROLLO NACIONAL, AL PROPONER EL APROVECHAMIENTO DE NUESTROS RECURSOS Y LAS POTENCIALIDADES QUE EL PAÍS TIENE EN LA INDUSTRIA Y EL COMERCIO EXTERIOR.

ASÍ, EL PROPÓSITO FUNDAMENTAL DE ESTE PROGRAMA ES PROMOVER UNA DINÁMICA TAL DE DESARROLLO QUE PERMITA QUE MÉXICO SE CONSOLIDE COMO POTENCIA INDUSTRIAL INTERMEDIA HACIA FINES DE SIGLO.

AUSPICIÁNDO PARA ESTE PROPÓSITO, UN DESARROLLO INDUSTRIAL EFICIENTE Y COMPETITIVO, CRECIMIENTO AUTOSOSTENIDO, GENERACIÓN DE EMPLEOS BIEN REMUNERADOS, FOMENTANDO INVERSIONES PRODUCTIVAS, DISTRIBUCIÓN RACIONAL DE LAS ACTIVIDADES INDUSTRIALES Y EN CUANTO ME ATAÑE TAMBIÉN SE ARGUMENTA PARA EL AVANCE DE ESTA SOCIEDAD QUE EL EMPRESARIADO NACIONAL SEA LÍDER DEL DESARROLLO INDUSTRIAL Y SE APROVECHEN -- PLENAMENTE LAS POTENCIALIDADES Y CREATIVIDAD DE LOS SECTORES PÚBLICO, PRIVADO Y SOCIAL EN UN MARCO DE COORDINACIÓN, COMPLEMENTARIEDAD, CONFIANZA Y LIBERTAD.

## 2.1. ESTRATEGIA.-

EL PRONAFICE, EN SU CAPÍTULO RELATIVO A LA ESTRATEGIA DE CAMBIO ESTRUCTURAL, DEFINE COMO OBJETIVO ACTUAR EN LA ESTRUCTURA PRODUCTIVA POR EL LADO DE LA OFERTA, ROMPIENDO LOS CUELLOS DE BOTELLAS QUE OBSTACULIZAN SU DESARROLLO, -- A TRAVÉS DE POLÍTICAS DIRECTAS DE FOMENTO A LA PRODUCCIÓN CUYOS RESULTADOS NECESARIAMENTE SE CONSOLIDARÁN EN EL LARGO PLAZO.

LA ESTRATEGIA ORIENTA PRIORITARIAMENTE LA APLICACIÓN DE LAS POLÍTICAS DE FOMENTO HACIA LOS SECTORES INDUSTRIALES ENDÓGENO Y EXPORTADOR EN SU CONJUNTO, DADO QUE SON LOS QUE REQUIEREN MENOS COMPONENTES IMPORTADOS, GENERAN MÁS DIVISAS Y EMPLEOS Y PROPICIAN LA ESTRECHA VINCULACIÓN DEL DESARROLLO INTEGRAL INDUSTRIAL CON EL COMERCIO EXTERIOR.

EL DIAGNÓSTICO Y ESTRATEGIA VALIDADOS EN FORMA PARTICIPATIVA Y EL RECONOCIMIENTO MUTUO DE QUE LA CONCERTACIÓN DE ACCIONES DARÁ LA MEDIDA DE LOS COMPROMISOS SECTORIALES, A CONTINUACIÓN SE ENUNCIAN ALGUNOS LINEAMIENTOS OFICIALES Y PRIVADOS PERTINENTES AL DISEÑO DE LA ESTRATEGIA PARTICULAR DE DESARROLLO DE LAS EMPRESAS DE COMERCIO EXTERIOR:

## 2.2. POLÍTICA DE RACIONALIZACIÓN DE LA PROTECCIÓN -PRONAFICE.

### OBJETIVOS.-

APOYAR UNA ESTRATEGIA TENDIENTE A MODERAR LA PROTECCIÓN Y CONSOLIDAR LA CAPACIDAD DE MAYOR COMPETITIVIDAD RELATIVA DE LOS SECTORES Y RAMAS QUE QUEDARÁN MÁS EXPUESTAS AL EXTERIOR, VINCULANDO EFICIENTEMENTE LA ECONOMÍA NACIONAL CON LA INTERNACIONAL.

### CORTO PLAZO.-

- ESQUEMA DE ASIGNACIÓN FLEXIBLE Y SELECTIVA DE IMPORTACIONES.

- ELIMINÁNDOSE PERMISOS PREVIOS DE IMPORTACIÓN.
- REESTRUCTURACIÓN DE LA TARIFA DEL IMPUESTO GENERAL DE IMPORTACIÓN.
- AJUSTE DE ARANCELES.
- ELIMINACIÓN DE OBSTÁCULOS ADMINISTRATIVOS.

#### MEDIANO PLAZO

- ARANCEL.- COMO PRINCIPAL INSTRUMENTO DE POLITICA DE -- PROTECCIÓN.
- TIPO DE CAMBIO REALISTA.
- RAMAS EXPORTADORES.- SE ELIMINARÁ EL SESGO ANTIEXPORTADOR, SUPRIMIÉNDOSE EL PERMISO PREVIO PARA SUS MATERIAS PRIMAS.

### 2.3. POLITICA DE FOMENTO A LAS EXPORTACIONES -PRONAFICE-.

#### METAS.

- TASA PROMEDIO DE CRECIMIENTO DE LAS EXPORTACIONES PARA 1985-1988 ENTRE 5.5% Y 6.3% Y LAS NO PETROLERAS ENTRE -- 15% Y 18% EN U.S.D. CORRIENTES.
- LAS IMPORTACIONES CRECRÁN ENTRE 13.3 Y 15.70%
- LA BALANZA COMERCIAL REGISTRARÁ UN SUPERÁVIT QUE REPRESENTA ENTRE 3.7 Y 3.9% DEL PRODUCTO INTERNO BRUTO -PIB-.

LOS INSTRUMENTOS FUNDAMENTALES DE APOYO A LA EXPORTACIÓN NO PETROLERA SERÁN:

- TIPO DE CAMBIO REALISTA.
- FINANCIAMIENTO COMPETITIVO INTERNACIONALMENTE.
- LIBERACIÓN DE IMPORTACIONES TEMPORALES PARA EXPORTACIÓN.
- SIMPLIFICACIÓN Y DESCENTRALIZACIÓN DE TRÁMITES DE COMERCIO EXTERIOR.
- DEVOLUCIÓN DEL IMPUESTO GENERAL DE IMPORTACIÓN QUE SE CAUSE POR LA INCORPORACIÓN DE INSUMOS IMPORTADOS EN LOS PRODUCTOS DE EXPORTACIÓN.
- TASA CERO A LAS EXPORTACIONES -I.V.A.- (53).

#### 2.4. MECANISMOS OPERATIVOS.-

- EL INSTITUTO MEXICANO DE COMERCIO EXTERIOR, ACTUALMENTE SECOFI Y BANCO NACIONAL DE COMERCIO EXTERIOR, SE ENCARGA DE DAR ASISTENCIA TÉCNICA Y APOYO A LA COMUNIDAD EXPORTADORA Y DE COORDINAR LAS LABORES DE LOS CONSORCIOS DE COMERCIO EXTERIOR.
- COMISIÓN MIXTA ASESORA DE POLÍTICA DE COMERCIO EXTERIOR. ESTA SE HA CREADO A FIN DE CONCERTAR ACCIONES EN MATERIA DE COMERCIO EXTERIOR ENTRE LOS SECTORES PÚBLICO, PRIVADO Y SOCIAL.



- EMPRESAS Y CONSORCIOS DE COMERCIO EXTERIOR. SE -- APOYARÁ A ESTAS EMPRESAS, CON EL PROPÓSITO DE BUSCAR LA APERTURA DE NUEVOS MERCADOS, FORTALECER LOS EXISTENTES Y OBTENER MEJORES RESULTADOS EN EL INTERCAMBIO COMERCIAL DE MÉXICO CON EL EXTERIOR.

CON RELACIÓN A LAS POLÍTICAS DE FOMENTO A LA PEQUEÑA Y MEDIANA INDUSTRIA, ESTABLECE TAMBIÉN QUE SE AUSPICARÁ LA CONSTITUCIÓN DE EMPRESAS DE COMERCIO EXTERIOR Y CONSORCIOS DE EXPORTACIÓN PRIVADOS DONDE PARTICIPE AMPLIAMENTE ESTE TIPO DE PEQUEÑAS Y MEDIANAS INDUSTRIAS.

UN REQUISITO INDISPENSABLE PARA LOGRAR LOS OBJETIVOS QUE PRETENDE EL PRONAFICE ES EL DE CONTAR CON "LA EQUIVALENCIA BÁSICA COMPETITIVA" (54). QUE SE DEFINE COMO EL -- SISTEMA DE CONDICIONES OPERANTES, INSTALADO Y ADMINISTRADO POR EL GOBIERNO, QUE LOS EXPORTADORES MEXICANOS NECESITAN PARA CONCURRIR AL EXTERIOR EN IGUALDAD FRENTE A LOS SISTEMAS NACIONALES RESPECTIVOS QUE DISFRUTAN LOS COMPETIDORES.

POR LO TANTO, CUALQUIER CARENCIA O INSUFICIENCIA, PARCIAL O TOTAL, EN CUANTO A CONTAR CON DICHA EQUIVALENCIA BÁSICA COMPETITIVA, ACTUARÁ NECESARIAMENTE EN CONTRA DE LOS OBJETIVOS, A MENOS QUE DICHA CARENCIA SEA COMPENSADA CON MEDIOS SUPLETORIOS.

---

54 ELABORADO POR EL CONSEJO NACIONAL DE COMERCIO EXTERIOR, A.C. CONACEX; MÉXICO, D.F., 1985.

ELEMENTOS CONSTANTES E INDISPENSABLES QUE CONFORMAN -  
LA EQUIVALENCIA BÁSICA COMPETITIVA DEL PRODUCTO EXPORTABLE:

1. TIPO DE CAMBIO REALISTA, ESTIMULANTE Y ESTABLE, DE MODO QUE PROPICIE LAS EXPORTACIONES Y LOGRE EQUILIBRIO EN LA BALANZA COMERCIAL DE MANUFACTURAS, BUSCANDO UNA SUB-VALUACIÓN COMPETITIVA DENTRO DE LA BANDA 15% Y TOMANDO EN CUENTA LA PERSISTENCIA SOBREVALUACIÓN DEL DÓLAR.
2. FLUJO LIBRE DE INSUMOS IMPORTADOS PARA EL PRODUCTOR DIRECTO E INDIRECTO.
3. CRÉDITOS Y FINANCIAMIENTOS SUFICIENTES Y AUTOMÁTICOS - PARA EL PRODUCTOR DIRECTO E INDIRECTO.
4. LIBERACIÓN DE CARGAS FISCALES, PARTICULARMENTE EN CUANTO AL I.V.A, Y AL I.S.R. PARA EL PRODUCTOR DIRECTO E - INDIRECTO.
5. FACILIDADES ADMINISTRATIVAS PARA ADQUISICIÓN ACTUALIZADA DE TECNOLOGÍAS PARA LA EXPORTACIÓN.
6. TRATAMIENTOS PREFERENTES ADMINISTRATIVOS Y FINANCIEROS PARA PRODUCTORES MEDIANOS Y PEQUEÑOS.

POR LO QUE RESPECTA AL GOBIERNO FEDERAL, DE ACUERDO -- CON EL PRONAFICE Y SUS PROGRAMAS OPERATIVOS ANUALES, LOS RESULTADOS A LOGRAR POR ESTE TIPO DE EMPRESAS SE DEBEN REFERIR

AL MANTENIMIENTO DEL NIVEL DE LAS EXPORTACIONES ACTUALES; A INCREMENTAR LAS EXPORTACIONES EN LOS MERCADOS ACTUALES; A DESARROLLAR NUEVOS MERCADOS, NUEVOS PRODUCTOS Y NUEVOS EXPORTADORES; A LA COMERCIALIZACIÓN DIRECTA; AL DESARROLLO DE INFRAESTRUCTURA DE COMERCIALIZACIÓN Y A LA GENERACIÓN DE OFERTA EXPORTABLE POR LA VÍA DE APOYOS INSTITUCIONALES.

PARA PODER TENER PRESENCIA EN LOS MERCADOS INTERNACIONALES LAS EMPRESAS DE COMERCIO EXTERIOR, INDEPENDIEMENTE DE LA PARTICIPACIÓN EN EVENTOS INTERNACIONALES Y VIAJES DE PROMOCIÓN, UTILIZAN A UN NÚMERO IMPORTANTE DE REPRESENTANTES EXCLUSIVOS EN EL EXTERIOR EN LOS MERCADOS DE MANUFACTURAS HASTA ESTE MOMENTO. ASIMISMO CUENTA CON OFICINAS PROPIAS EN EL EXTERIOR LO QUE LES PERMITE MANTENER E INCREMENTAR SUS OPERACIONES (55).

---

55 PROGRAMA NACIONAL DE FOMENTO INDUSTRIAL, SECRETARÍA DE COMERCIO Y FOMENTO INDUSTRIAL, 1984-88, PLAN NACIONAL, JULIO 30 DE 1984.

### 3. LAS EMPRESAS DE COMERCIO EXTERIOR EN EL CONTEXTO PROFIEIX.

EL PROFIEIX SE PUBLICÓ OFICIALMENTE EL 8 DE ABRIL DE - 1985 EN LOS MEDIOS DE PRENSA, YA QUE EL PROYECTO DEL MISMO SE ENTREGÓ A PRINCIPIOS DE MARZO A LOS ORGANISMOS CÚPULA - Y A LAS ASOCIACIONES DE EXPORTADORES PARA QUE ESTAS EMITIERAN AL SECTOR COMERCIO SUS DISTINTAS OPINIONES Y COMENTARIOS.

ESTE SUB-PROGRAMA DEL -PRONAFICE- SE LE DENOMINÓ PROGRAMA DE FOMENTO INTEGRAL A LAS EXPORTACIONES -PFOFIEIX- EL CUAL EN RESUMEN REFORZA EL PROCESO EXPORTADOR -NO PETROLERO-, QUE AGLUTINA EN UN TODO COHERENTE Y SISTEMÁTICO, LOS INSTRUMENTOS DE POLÍTICA ECONÓMICA INVOLUCRADOS EN EL COMERCIO EXTERIOR, SIENDO UNO DE LOS FUNDAMENTOS DE CAMBIO - ESTRUCTURAL. POR SU CARÁCTER INTEGRAL, ESTE PROGRAMA INCLUYE POLÍTICAS PARA LAS FRANJAS FRONTERIZAS, ZONAS LIBRES, - ASÍ COMO LAS QUE SE REFIEREN AL FOMENTO DE LA INDUSTRIA MAQUILADORA DE EXPORTACIÓN. ASÍMISMO EXIGE CAMBIOS LEGISLATIVOS OPERATIVOS E INCLUSO HASTA ACTITUDES, RECLAMA EL CURSO DE TODOS LOS SECTORES SEÑALANDO QUE EL ESFUERZO EXPORTADOR DEBE SUSTENTARSE EN UNA FILOSOFÍA DE CONCERTACIÓN DE ACCIONES, EN DONDE SE ENFATICE LA IMPORTANCIA QUE TIENEN LOS APOYOS QUE OFRECE EL SECTOR PÚBLICO, PERO TAMBIÉN LA AC TIVA PARTICIPACIÓN DE LOS SECTORES PRIVADO Y SOCIAL.

ENTRE LAS ACCIONES QUE COMPRENDE EL PROFIEIX, RELACIONADAS CON LAS EMPRESAS DE COMERCIO EXTERIOR SON:

- SE LES FACULTARÁ PARA REALIZAR IMPORTACIONES, TANTO DE PRODUCTOS QUE UTILICEN SUS SOCIOS COMO DE AQUELLOS DESTINADOS A LA COMERCIALIZACIÓN. SE PERMITIRÁN ESTAS ADQUISICIONES EN PROPORCIÓN A LA GENERACIÓN NETA DE DIVISAS DE LOS PROGRAMAS AUTORIZADOS CONFORME A LA LISTA DE PRODUCTOS QUE SE AUTORICE.
- SE PROPONE MODIFICAR LA LEGISLACIÓN VIGENTE PARA QUE LAS VENTAS A LAS EMPRESAS DE COMERCIO EXTERIOR NO TENGAN I.V.A.
- BANCOMEXT Y FOMEX CONTINUARÁN DOTÁNDOLAS DE FINANCIAMIENTO EN CONDICIONES PREFERENCIALES Y MANTENIÉNDOLES EL DERECHO A LA COMISIÓN FINANCIERA. EL APOYO POR PARTE DE ESTAS INSTITUCIONES CONTEMPLA EL OTORGAMIENTO DE UNA GARANTÍA, QUE CUBRE HASTA EL 50% DEL MONTO DEL CRÉDITO OTORGADO. A ESTE APOYO FINANCIERO SE LE HA DENOMINADO PROGRAMA DE APOYO FINANCIERO Y DE GARANTÍAS. -PAF-.
- RECIBIRÁN APOYO POR PARTE DE LA BANCA MÚLTIPLE, CANALIZANDO RECURSOS CREDITICIOS EN CONDICIONES DE --MERCADO DE AUCERDO AL PRONAFIDE.

- SE LES AUTORIZARÁ A REALIZAR OPERACIONES DE TRUEQUE Y DE INTERCAMBIO COMPENSADO.
- SE PERMITIRÁ SU ASOCIACIÓN CON COMPAÑÍAS EXTRANJERAS QUE ESTÉN PARTICIPANDO EN EL MERCADO INTERNACIONAL, CON EL COMPROMISO DE AUMENTAR SU PORCENTAJE DE VENTAS. ASIMISMO, LAS INSTITUCIONES BANCARIAS PODRÁN PARTICIPAR CON UN CAPITAL DE RIESGO HASTA EL 50% DE LAS ACCIONES DE LA EMPRESA EMISORA, EN CONDICIONES Y POR EL TIEMPO QUE LO ESTABLEZCA LA S.H.C.P.
- SE ACTUALIZARÁ EL MARCO LEGISLATIVO, DE REGULACIÓN Y FOMENTO DE LAS EMPRESAS DE COMERCIO EXTERIOR.
- LAS ENTIDADES DEL SECTOR PÚBLICO PODRÁN UTILIZAR SUS SERVICIOS EFECTUANDO LAS LICITACIONES PREVIAS.
- SE BUSCARÁ AMPLIAR SUS ACTIVIDADES PARA QUE, ADemás DE INVESTIGACIONES DE MERCADO EN EL EXTERIOR, PROMUEVAN PRODUCTOS NACIONALES PARA LA EXPORTACIÓN Y DEN SEGUIMIENTO A LAS VENTAS QUE REALIZAN.

### 3.1. TRATAMIENTO FISCAL A LA EXPORTACION.-

- SE UTILIZARÁ LOS INSTRUMENTOS FISCALES YA ESTABLECIDOS, ENTRE OTROS INSTRUMENTOS PARA PROMOVER LAS EXPORTACIONES SE ENCUENTRAN: A) COSTEO DIRECTO EN PRODUCTOS DE EXPORTACIÓN PARA FINES DE GRAVÁMENES;

- B) DEDUCCIÓN DE LOS GASTOS REALIZADOS EN EL EXTRANJERO PARA EFECTOS DEL IMPUESTO SOBRE LA RENTA; --
  - C) AMPLIACIÓN A SEIS MESES PARA QUE LAS MERCANCÍAS DE EXPORTACIÓN NO CAUSEN ABANDONO O EL COBRO DE DERECHOS DE ALMACENAJE; D) PAGO DE LAS CONTRIBUCIONES HASTA QUE LAS MERCANCÍAS SALGAN DEL PAÍS O DEL RECINTO FISCAL; E) DEVOLUCIÓN DEL IVA EN DIEZ DÍAS; --
  - F) TRATAMIENTO DE TAZA CERO EN IVA A LAS VENTAS QUE SE HAGAN A LAS EMPRESAS DE COMERCIO EXTERIOR; Y --
  - G) MEJOR APROVECHAMIENTO DE LOS REGÍMENES DE IMPORTACIÓN TEMPORAL, DE DEPÓSITO INDUSTRIAL Y FISCAL Y DE REPOSICIÓN DE EXISTENCIAS.
- SE ESTABLECERÁN PROGRAMAS PARA QUE LA INDUSTRIA DEL PAÍS VENDA SUS PRODUCTOS A PRECIOS INTERNACIONALES, UTILIZÁNDOSE LA IMPORTACIÓN TEMPORAL, LA REPOSICIÓN DE INVENTARIOS, EL FINANCIAMIENTO A TRAVÉS DE LA -- CARTA DE CRÉDITO DOMÉSTICA Y LA DEVOLUCIÓN DE IMPUESTOS DE IMPORTACIÓN.
  - LA SECOFI AUTORIZARÁ LA DEVOLUCIÓN DE LOS IMPUESTOS CAUSADOS POR LOS INSUMOS DE IMPORTACIÓN INCORPORADOS AL PRODUCTO DE EXPORTACIÓN.
  - LA DEVOLUCIÓN DE LOS IMPUESTOS AL COMERCIO EXTERIOR SE OTORGARÁ POR EL EQUIVALENTE DEL VALOR ACTUALIZADO DE DICHOS GRAVÁMENES, AL MOMENTO DE RECUPERACIÓN DE LOS MISMOS.

- LA SHCP EXPEDIRÁ "CERTIFICADOS DE DEVOLUCIÓN DE IMPUESTOS", PARA TAL FIN, A TRAVÉS DE LA TESORERÍA - DE LA FEDERACIÓN.
- SE BUSCARÁ APROVECHAR LAS VENTAJAS DE LAS EMPRESAS CON PARTICIPACIÓN DE CAPITAL EXTRANJERO PARA DESARROLLAR CANALES DE COMERCIALIZACIÓN Y ACCESO A TECNOLOGÍAS MODERNAS, QU GENEREN NUEVAS EXPORTACIONES.
- SE PODRÁ AUTORIZAR LA PARTICIPACIÓN DE EMPRESAS EXTRANJERAS, SOLO EN LA MEDIDA QUE OFREZCAN SIGNIFICATIVOS COEFICIENTES DE EXPORTACIÓN RESPECTO DE SUS VENTAS Y DE ACUERDO CON LOS PROGRAMAS DE RAMA QUE SEÑALA EL PRONAFICE.

### 3.2. APOYOS FINANCIEROS.-

- ES CONFORME A LOS LINEAMIENTOS DEL PRONAFIDE, POLÍTICAS Y NECESIDADES DEL PRESENTE PROGRAMA.
- SE INCREMENTÓ EL CAPITAL SOCIAL DE BANCOMEXT A 20 MIL MILLONES DE PESOS; EL CAPITAL PAGADO TAMBIÉN - SE ELEVÓ A 9 MIL MILLONES DE PESOS Y SE EMITIRÁN - OBLIGACIONES SUBORDINADAS POR 40 MILLONES DE DÓLARES.



- SE ARMARÁ UN ESQUEMA DE "INGENIERÍA FINANCIERA" PARA APOYAR LA PARTICIPACIÓN DE PRODUCTOS MEXICANOS EN LICITACIONES DE PAÍSES EXTRANJEROS. SE ESTÁ PREPARANDO UN PROGRAMA ESPECIAL CON EL BID Y BIRF PARA IMPULSAR ESTA ACTIVIDAD, (BANCO INTERAMERICANO DE DESARROLLO), (BANCO INTERAMERICANO DE RECONSTRUCCIÓN Y FOMENTO),
- SE DARÁ APOYO A LOS EXPORTADORES INDIRECTOS A TRAVÉS DE "CARTA DE CRÉDITO DOMÉSTICA".
- BANCOMEXT Y LAS SOCIEDADES NACIONALES DE CRÉDITO DARÁN APOYO AL DESARROLLO DE EMPRESAS EXPORTADORAS, PARTICIPANDO TEMPORALMENTE CON CAPITAL DE RIESGO.
- SE CANALIZARÁN CRÉDITOS PROVENIENTES DEL CAJÓN DE EXPORTACIONES DE BANCA MÚLTIPLE, CON CRITERIOS DE RENTABILIDAD ECONÓMICA Y SOCIAL DE LOS PROYECTOS, EN ESPECIAL PARA LA INDUSTRIA MEDIANA Y PEQUEÑA.
- SE CONTRIBUIRÁ A LA REESTRUCTURACIÓN DE PASIVOS DE EMPRESAS MEXICANAS Y SE SUSCRIBIRÁN CONVENIOS FINANCIEROS DE INTERCAMBIO COMPENSADO Y CRÉDITO RECÍPROCO CON COMPRADORES DE PRODUCTOS NACIONALES.

### 3.3. SIMPLIFICACION Y DESCONCENTRACION ADMINISTRATIVA.-

- SEÑALA QUE LAS MERCANCÍAS PODRÁN EXPORTARSE HASTA POR UN MILLÓN DE PESOS, MEDIANTE EL SISTEMA DE BOLETA SIN NECESIDAD DE FORMULAR PEDIMENTO NI UTILIZAR SERVICIOS

## DE AGENTE ADUANAL.

- LAS EXPORTACIONES RECURRENTESE PODRÁN REALIZAR AL AMPARO DE UNA SOLA FACTURA Y UN SOLO DOCUMENTO ADUANAL, CON VIGENCIA DE 15 DÍAS.
  
- DESPACHO DE MERCANCIAS EN EL DOMICILIO DEL EXPORTADOR, HOMOLOGACIÓN DE LOS HORARIOS DE LAS ADUANAS FRONTERIZAS CON LAS DE LOS PAÍSES VECINOS Y DESPACHO ADUANAL CONJUNTO DE MÉXICO Y DE LOS PAÍSES LIMÍTROFES.
  
- SE AGILIZARÁ EL TRÁMITE PARA UNA MÁS AMPLIA UTILIZACIÓN DEL RÉGIMEN DE DEPÓSITO FISCAL QUE PERMITIRÁ GENERAR CORRIENTES DE LIQUIDEZ A LAS EMPRESAS EXPORTADORAS, AL BENEFICIARSE DE LAS PRERROGATIVAS QUE EN ÉL SE ESTABLECEN.
  
- SE REDUCIRÁ A LO INDISPENSABLE EL NÚMERO DE FRACCIONES DE LA TARIFA DEL IMPUESTO GENERAL DE EXPORTACIÓN QUE REQUIEREN PERMISO PREVIO Y SE DEFINIRÁ UNA CUOTA ANUAL POR PRODUCTO CONJUNTAMENTE CON LAS DEPENDENCIAS ENCARGADAS DE SECTORES ESPECÍFICOS, A FIN DE QUE EL SECTOR COMERCIO Y FOMENTO INDUSTRIAL LA ADMINISTRE, FORTALECIENDO A LA VENTANILLA ÚNICA QUE ACTUALMENTE DESAPARECIÓ CON EL IMCE.

EN SINTESIS SE PROCURARÁ QUE LOS TRAMITES QUE SEA PRECISO MANTENER TENGAN LA MAYOR AUTOMATICIDAD POSIBLE.

#### 3.4. NEGOCIACIONES COMERCIALES.-

LA ESTRATEGIA DE NEGOCIACIONES COMERCIALES INTERNACIONALES SE REVISARÁ CONSTANTEMENTE, DENTRO DE UN ENFOQUE GLOBAL.

#### 3.5. DEFENSA DE LAS EXPORTACIONES.-

SE REFORZARÁ EL COMITÉ DE DEFENSA DE LAS EXPORTACIONES (CDE), PARA QUE ESTA ACCIÓN NO SE REALICE SÓLO JURÍDICAMENTE, SINO QUE INCLUYA TAMBIÉN LA NEGOCIACIÓN DE GOBIERNO A GOBIERNO. EL COMITÉ SERÁ MIXTO, AL CONTAR CON LA PARTICIPACIÓN PERMANENTE DEL SECTOR PRIVADO, TANTO EN LA DEFENSA DE CASOS ESPECÍFICOS COMO EN TAREAS PREVENTIVAS.

#### 3.6. INFRAESTRUCTURA.-

SE FORTALECERÁ A LAS EMPRESAS DE SERVICIOS PORTUARIOS, A TRAVÉS DE SU REORGANIZACIÓN Y REESTRUCTURACIÓN FINANCIERA, Y SE LES PERMITIRÁ PRESTAR OTROS SERVICIOS DIFERENTES A LOS DE CARGA Y DESCARGA DE EMBARCACIONES Y ESTIBA EN ALMACENES.

#### 3.7. FRANJAS FRONTERIZAS Y ZONAS LIBRES.-

SE INDUCIRÁ A LAS EMPRESAS NACIONALES, INCLUYENDO LAS PÚBLICAS A VENDER SUS INSUMOS A PRECIOS INTERNACIONALES, PARA QUE LOS PRODUCTOS FINALES SEAN COMPETITIVOS EN EL EXTERIOR.

AL IGUAL QUE LAS EXPORTACIONES, SE PERMITIRÁ EL COSTEO DIRECTO DE LOS PRODUCTOS QUE CONCURRAN A LA REGIÓN.

### 3.7.1. APOYOS FINANCIEROS.-

- SE ESTABLECERÁ UNA SOLA VENTANILLA QUE OPERE LOCALMENTE TODOS LOS FONDOS DEPENDIENTES DE NACIONAL FINANCIERA.
  
- SE APOYARÁ LA CONCURRENCIA A LA REGIÓN DE PRODUCTOS DEL INTERIOR DEL PAÍS, CON CRÉDITOS EN PESOS A TASAS DE INTERÉS QUE LES PERMITA CONCURRIR EN CONDICIONES COMPETITIVAS, A TRAVÉS DE BANCOMEXT Y FOMEX. ASÍ MISMO SE FINANCIARÁ INVERSIONES DE INFRAESTRUCTURA Y GASTOS RELACIONADOS CON LA VENTA DE PRODUCTOS A LA FRONTERA.
  
- SE INSTRUMENTARÁ LA CARTA DE CRÉDITO DOMÉSTICA PARA OPERACIONES INDIRECTAS DE CONCURRENCIA A LA FRONTERA.

### 3.8. INDUSTRIA MAQUILADORA.-

APOYOS FINANCIEROS.- FOMEX DARÁ TRATO PREFERENTE A LAS EMPRESAS MAQUILADORAS CON MAYORÍA DE CAPITAL MEXICANO Y CUYO GRADO DE INTEGRACIÓN NACIONAL SEA IGUAL O SUPERIOR AL 30%.

- BANCOMEXT Y FOMEX CONTINUÁN DANDO CRÉDITOS PREFERENCIALES A LOS PROGRAMAS DE PREEXPORTACIÓN A LAS MAQUILADORAS CON CAPITAL MAYORITARIO NACIONAL, ASÍ COMO A LOS PROVEEDORES DE ESTAS INDUSTRIAS (56).

---

56 PROGRAMA DE FOMENTO INTEGRAL DE EXPORTACIONES -PROFIEX-  
SECRETARÍA DE COMERCIO Y FOMENTO INDUSTRIAL, MÉXICO, D.F.  
ABRIL, 1985.

4. ACCIONES ADICIONALES PARA PROMOVER LAS EXPORTACIONES EN EL MARCO DEL "PROGRAMA DE FOMENTO INTEGRAL A LAS EXPORTACIONES" -PROFIEX-, RESPECTO A LAS EMPRESAS DE COMERCIO EXTERIOR.-

EN EL PROFIEX SE MANIFIESTA QUE SUS METAS Y OBJETIVOS SE CONCIBEN COMO UN PROCESO DINÁMICO Y SUSCEPTIBLE DE AJUSTES EN FUNCIÓN DE SUS RESULTADOS.

DE ESTA FORMA, SE ACTUALIZÓ Y MEJORÓ EL SISTEMA DE DEVOLUCIÓN DE IMPUESTOS DE IMPORTACIÓN; SE PUSO EN VIGOR EL DECRETO PARA PROMOVER PROGRAMAS DE IMPORTACIÓN TEMPORAL PARA EXPORTADORAS; SE ACTIVARON Y AMPLIARON LOS APOYOS FINANCIEROS; SE LIBERÓ DEL RÉGIMEN DE PERMISO PREVIO AL 65% DEL VALOR DE LAS IMPORTACIONES; SE DIO UN TRATO MÁS ADECUADO A LA INVERSIÓN EXTRANJERA QUE ESTUVIERA ESTRECHAMENTE VINCULADA CON LA PROMOCIÓN DE LAS EXPORTACIONES; SE FORTALECIERON LAS ACCIONES PROMOCIONALES; SE REALIZARON AJUSTES DE NATURALEZA FISCAL PARA ELIMINAR CARGAS INNECESARIAS; SE TOMARON ACCIONES PARA SIMPLIFICAR TRÁMITES, INCLUYENDO LA DESAPARICIÓN DEL RÉGIMEN DE PERMISO PREVIO PARA LA MAYORÍA DE LAS FRACCIONES DE EXPORTACIÓN; Y SE IMPRIMIÓ MÁS DINAMISMO A LAS NEGOCIACIONES INTERNACIONALES. ESTAS MEDIDAS ADOPTADAS A LA FECHA EMPIEZA A MOSTRAR RESULTADOS, AUNQUE INSUFICIENTES - POR LO QUE RESULTA INDISPENSABLE CONTINUAR CON ESTAS MEDIDAS. Y REFORZAR LAS ACCIONES ORIENTADAS A PROMOVER EXPORTACIONES, PARTICULARMENTE DE MANUFACTURAS, APOYÁNDOSE EN LOS SIGUIENTES CRITERIOS:

- A) SUSTENTAR LAS ACCIONES DE APOYO A LOS EXPORTADORES BAJO EL PRINCIPIO DE LA CONFIANZA, SIN PERJUICIO DE LOS CONTROLES NECESARIOS A POSTERIORI.
- B) AMPLIAR LA COBERTURA DE LOS APOYOS, HACIÉNDOLOS EXTENSIVOS A LOS EXPORTADORES INDIRECTOS.
- C) ELIMINAR OBSTÁCULOS ADMINISTRATIVOS Y JURÍDICOS QUE PREVALECE EN LOS SERVICIOS RELACIONADOS CON LAS OPERACIONES DE COMERCIO EXTERIOR.
- D) ACTIVAR Y FORTALECER LAS ACCIONES DE CONCERTACIÓN CON EMPRESAS O SECTORES PRODUCTIVOS CON POSIBILIDADES PARA DESARROLLAR, AMPLIAR Y CONSOLIDAR OFERTA - EXPORTABLE.

ESTAS MEDIDAS QUE AHORA SE PONEN EN MARCHA, DAN RESPUESTA A LA ESTRATEGIA QUE EL C. PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA EN SU MENSAJE A LA NACIÓN DEL 21 DE FEBRERO DE ESTE AÑO, ANUNCIÓ EN MATERIA DE PROMOCIÓN DE EXPORTACIONES. POR LO QUE EL GABINETE DE COMERCIO EXTERIOR HA CONCRETADO LAS SIGUIENTES ACCIONES, QUE PARA EFECTO DE MI INVESTIGACIÓN EXPONDRÉ EN FORMA DETALLADA Y SINTÉTICA.

- 4.1. CONCERTACION CON EMPRESAS EXPORTADORAS.- YA SEA INDIVIDUAL O POR GRUPO DE EMPRESAS AFINES, SE LES DARÁ UN TRATO ÁGIL Y OPORTUNO POR PARTE DE LAS DEPENDENCIAS Y ENTIDADES DEL SECTOR PÚBLICO, EN TODO LO RELATIVO A SUS OPERACIONES DE COMERCIO EXTERIOR REFIRIÉNDOSE A EMPRESAS EXPORTADORAS, INCLUYENDO LOS

CONSORCIOS DE EXPORTACIÓN Y LAS EMPRESAS COMERCIALIZADORAS, CUYOS ANTECEDENTES EXPORTADORES DE PERMANENCIA, SERIEDAD Y PROFESIONALISMO, QUE JUNTO CON SU DISPOSICIÓN A ASUMIR COMPROMISOS DE EXPORTACIONES CRECIENTES, JUSTIFIQUEN DICHO TRATAMIENTO.

SE INTEGRARÁ EN SECOFI UNA LISTA DE LAS MENCIONADAS EMPRESAS QUE SE CIRCULARÁ ENTRE LAS DIVERSAS TENDENCIAS GUBERNAMENTALES Y ENTIDADES PARA LOGRAR EL FIN MENCIONADO; SIENDO ESTAS SELECCIONADAS POR LA COMISIÓN MIXTA ASESORA DE POLÍTICA DE COMERCIO EXTERIOR (COMPEX) Y POR LAS DEMAS INSTITUCIONES QUE PUEDAN DAR CONSTANCIA DE LAS CARACTERÍSTICAS REQUERIDAS Y POR LOS REPRESENTANTES EMPRESARIALES.

4.2. EMPRESAS DE COMERCIO EXTERIOR. - EN ESTAS ACCIONES ADICIONALES SE LES RECONOCE EL PAPEL PRIORITARIO QUE DESEMPEÑAN EN EL FOMENTO DE LA CAPACIDAD EXPORTADORA Y EN LA DIVERSIFICACIÓN Y AMPLIACIÓN DE LOS MERCADOS. SE ESTABLECE 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.

TAMBIÉN SE MENCIONA QUE CON EL ESTABLECIMIENTO DE LA CARTA DE CRÉDITO DOMÉSTICA (CCD), SE COMPLEMENTA



RÁ EL FOMENTO A LA EXPORTACIÓN, HACIA ATRÁS, APOYAN-  
DO A LOS EXPORTADORES INDIRECTOS Y HACIA ADELANTE, A  
LAS EMPRESAS DE COMERCIO EXTERIOR.

ASÍMISMO SE FOMENTARÁ LA FORMACIÓN DE EMPRESAS DE -  
COMERCIO EXTERIOR, EN LAS QUE PARTICIPEN LAS CADENAS  
COMERCIALIZADORAS INTERNAS DEL PAÍS A EFECTO DE DAR  
GRACIAS A SU EXPERIENCIA Y CONOCIMIENTOS LA SERIEDAD  
Y CALIDAD DE LOS PRODUCTOS QUE OFRECEN. SE PERMITI  
RÁ, LA ASOCIACIÓN DE EMPRESAS NACIONALES CON COMER  
CIALIZADORAS DEL EXTRANJERO PARA COLOCAR PRODUCTOS  
MEXICANOS EN EL MERCADO INTERNACIONAL.

EN ESTAS ACCIONES ADICIONALES CONSIDERAN COMO UN --  
PROPÓSITO IMPULSAR LAS ACTIVIDADES INTERNACIONALES DE  
LAS EMPRESAS QUE VENDEN TECNOLOGÍA Y SERVICIOS DE -  
INGENIERÍA Y CONSTRUCCIÓN MEXICANOS CONTINUANDO DÁN  
DOLES APOYOS EN PROPORCIÓN A LA GENERACIÓN DE DIVI-  
SAS DE SUS PROYECTOS.

4.3. IMPORTACION TEMPORAL AUTOMATICA PARA LA ELABORACION  
DE PRODUCTOS QUE SE EXPORTAN.- SE MODIFICA DEL DE  
CRETO QUE ESTABLECE PROGRAMAS DE IMPORTACIÓN TEMPO-  
RAL PARA PRODUCIR ARTÍCULO DE EXPORTACIÓN DE 9 DE -  
MAYO DE 1985, EN QUE EN CUANTO A LAS EMPRESAS, SE -  
DEFINE EL PROCEDIMIENTO PARA QUE ESTAS, OPCIONALMEN  
TE, CAMBIEN DE RÉGIMEN DE INDUSTRIA MAQUILADORA AL

DE IMPORTACIÓN TEMPORAL, ASÍ COMO LA REDUCCIÓN DEL COSTO DE LAS GARANTÍAS FISCALES, APLICACIÓN DE ARAN- CELES SEGÚN LOS INSUMOS IMPORTADOS, MECANISMOS DE - SUSTITUCIÓN DE LA GARANTÍA SOLIDARIA DEL EXPORTADOR FINAL, SOBRE LAS IMPORTACIONES TEMPORALES QUE REALI- ZAN EXPORTADORES INDIRECTOS. Y LA VINCULACIÓN Y RE- QUISITOS DE LA CARTA DE CRÉDITO DOMÉSTICA CON LA AU- TORIZACIÓN AUTOMÁTICA DE IMPORTACIÓN TEMPORAL PARA BENEFICIO DE IMPORTADORES INDIRECTOS.

#### 4.4. MEDIDAS FISCALES, -

A) DEVOLUCIÓN DE IMPUESTOS.- EN 1986 LA SHCP ADOPTARÁ MEDIDAS PARA REDUCIR O ELIMINAR IMPUESTOS QUE AFEC-- TAN DIRECTAMENTE LA COMPETITIVIDAD INTERNACIONAL DE LOS PRODUCTOS ELABORADOS EN EL PAÍS. SE ACORDÓ APLI- CAR "TAZA CERO" A LAS EMPRESAS DE COMERCIO EXTERIOR, YA QUE SE RECONOCE EL HECHO DE LA IMPORTANCIA DE ES- TÁS, POR ORIENTAR SUS ACTIVIDADES A LA EXPORTACIÓN.

LAS SECRETARIAS DE COMERCIO Y FOMENTO INDUSTRIAL Y LA DE HACIENDA Y CRÉDITO PÚBLICO, ANALIZARÁN LOS ESQUEMAS FISCALES DE APOYO AL SECTOR EXPORTADOR DE OTROS PAÍ- SES, CON EL FIN DE EVALUARLOS, Y ESCUCHADO A LOS EM- PRESARIOS ADAPTÁNDOLOS AL CASO CONCRETO DE MÉXICO.

B) IMPORTACIONES TEMPORALES.- LAS IMPORTACIONES TEMPORALES NO CAUSAN EL IMPUESTO AL VALOR AGREGADO. Y CON LA C.C.D. SE ESTABLECERÁ EL PROCEDIMIENTO PARA LA EXTENSIÓN DEL RÉGIMEN "TAZA CERO" A LOS EXPORTADORES INDIRECTOS, QUE COMO PRODUCTORES GENERAN EL IVA A LA EXPORTACIÓN.

BANCOMEXT PROPORCIONARÁ APOYOS POR UN MONTO DE 2,2 BILLONES DE PESOS, LOS CUALES SERÁN CANALIZADOS A TODA LA RED BANCARIA Y PUESTOS EN OPERACIÓN INMEDIATA, OTORGANDO CRÉDITOS AL FIN EXPORTADOR, IMPORTADOR Y EQUIPAMIENTO INDUSTRIAL DEL MISMO FIN.

4.5. APOYOS A EXPORTADORES DIRECTOS E INDIRECTOS.- SE VINCULARÁ LA CARTA DE CRÉDITO DOMÉSTICA (C.C.D.) CON LA AUTORIZACIÓN DE IMPORTACIÓN TEMPORAL A TRAVÉS DEL CERTIFICADO DE IMPORTACIÓN TEMPORAL, DOCUMENTO QUE EMITIRÁ LA PROPIA BANCA, CON LO QUE EL EXPORTADOR INDIRECTO (PROVEEDORES DE EXPORTADORES) PODRÁN IMPORTAR AUTOMÁTICAMENTE, SIN GRAVÁMENES, TODOS LOS INSUMOS QUE REQUIERAN PARA ELABORAR LOS PRODUCTOS QUE SE INCORPORAN AL BIEN QUE SE VA A EXPORTAR. OTORGARÁ ESTE BENEFICIO AL PROVEEDOR INMEDIATO DEL EXPORTADOR FINAL, POR CONDUCTO DE ALGUNAS SOCIEDADES NACIONALES DE CRÉDITO, Y PRONAFICE DARÁ APOYOS NECESARIOS FINANCIEROS OTORGANDO DÓLARES PARA ADQUISICIÓN DE LOS BIENES DEL EXTRANJEROS. ASÍMISMO LOS EXPOR-

TADORES INDIRECTOS QUE CUENTEN CON UNA C.C.D. ---  
RECIBIRÁN APOYO DE LA S.N.C. EN FINANCIAMIENTO EN --  
MONEDA NACIONAL O EXTRANJERA.

PARA EL EQUIPAMIENTO DE LA EMPRESA EXPORTADORA, - -  
BANCOMEXT, A TRAVÉS DEL PROGRAMA DEL FONDO DE FINAN  
CIAMIENTO PARA INVERSIONES FIJAS DE EMPRESAS EXPOR  
TADORAS (FIFE) Y LA PARTICIPACIÓN DEL FONDO NACIONAL  
DE EQUIPAMIENTO INDUSTRIAL (FONEI), DARÁ EL APOYO -  
FINANCIERO POR MEDIO DE LA LÍNEA DE CRÉDITO QUE SE  
TIENE CONTRATADA CON EL BANCO MUNDIAL, UTILIZÁNDOSE  
PRINCIPALMENTE PARA LA IMPORTACIÓN DE MAQUINARIA Y -  
EQUIPO.

#### 4.6. FACILIDADES EN EL USO DE DIVISAS PARA EXPORTACION. -

- BANCOMEXT Y LAS SOCIEDADES NACIONALES DE CRÉDITO -  
APOYARÁN EN MONEDA NACIONAL O EXTRANJERA, CON CAPI  
TAL DE TRABAJO A DICHAS EMPRESAS DE COMERCIO EXTE--  
RIOR.

LAS REGLAS ACTUALES PERMITEN A LOS EXPORTADORES APLI  
CAR LAS DIVISAS QUE GENERAN AL PAGO DE SUS PROPIAS  
IMPORTACIONES, ASÍ COMO DE LAS QUE EFECTÚEN SUS PRO  
VEEDORES DIRECTOS Y LAS EMPRESAS CON LAS QUE TENGAN  
NEXOS PATRIMONIALES, PERMITIENDO A LOS EXPORTADORES  
INDIRECTOS DEDUCIR DE SUS COMPROMISOS DE VENTA DE -

DIVISAS CUALQUIER IMPORTACION REALIZADA POR SUS PROVEEDORES INMEDIATOS Y MEDIATOS.

BANXICO Y BANCOMEXT ESTABLECERÁN UN MECANISMO OPERATIVO EN TODO EL SISTEMA BANCARIO MEDIANTE EL CUAL LOS EXPORTADORES, DIRECTOS E INDIRECTOS, QUE HAYAN RECIBIDO CRÉDITO DE PRE-EXPORTACIÓN EN MONEDA EXTRANJERA, PODRÁN CONTAR CON DÓLARES CONTROLADOS A FIN DE LIQUIDAR DICHO FINANCIAMIENTO EN CASO DE QUE NO SE HAYA REALIZADO LA OPERACIÓN POR CAUSAS JUSTIFICADAS.

SE PROMUEVEN LAS LÍNEAS DE CRÉDITO PARA EVITAR LOS PAGOS AL CONTADO DE LAS IMPORTACIONES DE LA EMPRESA APROVECHANDO TODAS LAS FACILIDADES EXTRANJERAS Y MEXICANAS.

EN CUANTO A LOS TRANSPORTES TAMBIÉN SE OTORGAN BENEFICIOS DE LAS EMPRESAS DE COMERCIO EXTERIOR Y EXPORTADORAS.

4.7. FACILIDADES ADUANERAS.- SE LES OTORGA TAMBIÉN FACILIDADES ADUANERAS, EN CUANTO AUTORIZARÁ A LAS EMPRESAS EXPORTADORAS SUJETAS A TRATO PREFERENCIAL; EL DESPACHO DE SUS MERCANCÍAS MEDIANTE UNO O MÁS APODERADOS SOMETIDOS A EXAMEN SOBRE LEGISLACIÓN ADUANERA DE LA TARIFA SOBRE ARANCELES DE SU NEGOCIO. POR LO QUE SE REFIERE A EXPORTADORES SE LES VIGILARÁ POR

AGENTES ADUANALES, QUE REVISARÁN LA TARIFA DE HONORARIOS APLICABLES A LAS CITADAS EMPRESAS EXPORTADORAS, CON EL PROPÓSITO DE HACERLOS MENOS ONEROSOS.

A ESTAS SE LES AMPLIARÁ EL SISTEMA DE DESPACHO A DOMICILIO A SUS EXPORTACIONES FACILITANDO LA OPERACIÓN ADUANERA EN EL MISMO LUGAR EN EL QUE SE CONSUMEN O PRODUCEN LAS MERCANCÍAS.

LA MESA DE IMPORTACIONES TEMPORALES DE MAQUILA, AMPLIARÁ SU COMPETENCIA PARA ATENDER PRIORITARIAMENTE LOS DESPACHOS DE EMPRESAS EXPORTADORAS SUJETAS A TRATO PREFERENCIAL PARA HACER MÁS EXPEDITA LA ENTREGA DE MERCANCÍAS.

PARA EMPRESAS EXPORTADORAS DE MERCANCÍAS CUYA INTEGRACIÓN SEA 100% NACIONAL SE LES AUTORIZARÁ PREVIA SOLICITUD, EL DESPACHO MEDIANTE VERIFICACIÓN FÍSICA, QUE LES PERMITA DE DES-ADUANAMIENTO SIN NECESIDAD DE HACER EL RECONOCIMIENTO DE MERCANCÍAS.

PARA ESTAS MISMAS EMPRESAS PARA QUE ALCANCEN EL CÍTADO PORCENTAJE CON MERCANCÍAS YA NACIONALIZADAS, SE LES AUTORIZARÁ LA EXPORTACIÓN MEDIANTE BOLETA HASTA POR \$5,000 DÓLARES.

SE HA PUESTO EN MARCHA EL PROGRAMA DE AMPLIACIÓN - DE LAS EXPORTACIONES PESQUERAS Y EN LA MINERÍA SE - TRATO LA REVISIÓN DE INSTRUMENTOS TANTO FISCALES, - DE PRECIOS Y CONTROLES DE COMERCIO EXTERIOR A FIN - DE EFICIENTAR Y FAVORECER A ESTAS ÁREAS.

AL FINAL DE ESTAS RECIENTES ADICIONES SE FACULTA A LA SECRETARÍA DE COMERCIO Y FOMENTO INDUSTRIAL COMO AUTORIDAD RESPONSABLE DE COORDINAR Y VIGILAR EL CUM PLIMIENTO DE LA POLÍTICA DE COMERCIO EXTERIOR ASÍ COMO DE SERVIR DE PROCURADOR DEL EXPORTADOR EN LA PROMO-- CIÓN Y DEFENSA DE SUS LEGÍTIMOS INTERESES (57),

---

57 "ACCIONES ADICIONALES PARA PROMOVER LAS EXPORTACIONES - EN EL MARCO DEL "PROFLEX" EN DIARIO EXCÉLSIOR; MÉXICO, D.F., 19 DE MARZO DE 1986, SECCIÓN A, PP. 12-13.

## CONCLUSIONES.

- I. EL MODELO DE EMPRESA DE COMERCIO EXTERIOR QUE MÉXICO REQUIERE, DEBERÁ SER UNA EMPRESA DE COMERCIO INTERNACIONAL Y DE DESARROLLO DE NEGOCIOS DISEÑADA NO SÓLO PARA DESEMPEÑARSE CON SUPERIORIDAD EN EL AMBIENTE EXISTENTE DE NEGOCIOS, SINO PARA TENER UN EFECTO VITAL EN LA TRANSFORMACIÓN GRADUAL DE LA ESTRUCTURA Y LAS OPERACIONES DE LA INDUSTRIA Y EL COMERCIO MEXICANO, DE TAL MODO QUE TENGA ÉXITO EN EL INEVITABLE PERÍODO EN QUE MÉXICO SURGE COMO UN FACTOR IMPORTANTE EN LA ESCENA ECONÓMICA MUNDIAL, USANDO SUS RECURSOS MASIVOS DE ENERGÍA COMO MEDIO PARA APOYAR SUS DEMÁS DESARROLLOS DE NEGOCIOS INTERNACIONALES Y DOMÉSTICOS EN LUGAR DE USAR LAS EXPORTACIONES DE ENERGÍA COMO SUSTITUCIÓN DE UNA POSICIÓN INTERNACIONALMENTE DÉBIL DE NEGOCIOS NO PETROLEROS.
  
- II. NO EXISTE UN MODELO ADECUADO PARA LA NUEVA COMPAÑÍA MEXICANA DE COMERCIO INTERNACIONAL Y DESARROLLO DE NEGOCIOS. LA COMPAÑÍA JAPONESA DE INTERCAMBIO COMERCIAL GENERAL O "SOGO SHOSHA", ES ÚTIL COMO CIMIENTO FILOSÓFICO PARA LA NUEVA COMPAÑÍA MEXICANA PERO SOLO EN FORMA PARCIAL, YA QUE NO PUEDE SER APLICADO A LAS DIFERENTES NECESIDADES DE MÉXICO Y TIENE CAPACIDADES INFRAESTRUCTURALES DIFERENTES.



III. LA NUEVA COMPAÑÍA MEXICANA DE COMERCIO INTERNACIONAL Y DESARROLLO DE NEGOCIOS SERÁ CONSTRUÍDA CON ELEMENTOS - DE LOS CONSORCIOS COMERCIALES EXISTENTES, Y EL APOYO - GUBERNAMENTAL CON LA SUFICIENTE AMPLITUD Y PERMANENCIA EN EL LARGO PLAZO, CON ELEMENTOS DE LA FILOSOFÍA DE NE GOCIOS DEL "SOGO SHOSHA" JAPONÉS Y CON LOS ELEMENTOS - ADICIONALES QUE IDENTIFICO COMO INDISPENSABLES PARA -- LAS NECESIDADES DE MÉXICO Y QUE COADYUVEN AL LOGRO DE MEJORAS A CORTO PLAZO DE LAS EXPORTACIONES NO PETROLE R AS EN MÉXICO Y MEJORAS DE LA COMPETITIVIDAD MUNDIAL DE CIERTOS PRODUCTORES MEXICANOS EXISTENTES; Y DESARRO L LLAR LA BASE INTERNACIONAL DE NEGOCIOS A LARGO PLAZO, LOS RECURSOS HUMANOS Y LA INFRAESTRUCTURA DOMÉSTICA - NECESARIA PARA DESEMPEÑAR EL VITAL PAPEL INTEGRADOR Y CATALÍTICO EN LA TRANSFORMACIÓN DE MÉXICO HACIA UNA ECONOMÍA COMPETITIVA MUNDIALMENTE.

IV. LA NUEVA COMPAÑÍA MEXICANA DE COMERCIO INTERNACIONAL Y DESARROLLO DE NEGOCIOS, UNA VEZ QUE ESTÉ COMPLETAMENTE ESTRUCTURADA DEBIERA SER:

A) UNA COMPAÑÍA SOBRESALIENTE DE INTELIGENCIA, DE COMU N NICACIONES MUNDIALES, NEGOCIOS MUNDIALES Y DE INTEL I GENCIA TÉCNICA, LA CUAL UTILIZA LA TECNOLOGÍA DIGI T AL MÁS MODERNA DE COMUNICACIONES A TRAVÉS DE UN SIS T EMA DE REDES DE GERENTES Y EQUIPO DE RECOLECCIÓN - EFECTIVA DE INFORMACIÓN Y DE PROCESAMEINTO, AL IGUAL

QUE DISEMINADO Y ESPARCIDO POR TODAS PARTES.

- B) UNA COMPAÑÍA SOBRESALIENTE DE DESARROLLO DE NEGOCIOS UTILIZANDO LA TECNOLOGÍA MÁS MODERNA DE ANÁLISIS DE NEGOCIOS, DE ESTRATEGIA DE NEGOCIOS, DE PLANEACIÓN OPERATIVA Y DE DESARROLLO DE RECURSOS HUMANOS.
- C) UNA COMPAÑÍA DISTINGUIDA DE INVESTIGACIÓN, DISEÑO Y DESARROLLO DE PRODUCTO SISTEMA DESEMPEÑANDO UN PAPEL ACTIVO, DE ESPECIFICACIÓN DEL PRODUCTO, DE DESARROLLO COOPERATIVO Y DE MERCADOTECNIA JUNTO CON LAS -- COMPAÑÍAS MANUFACTURERAS ASOCIADAS PARA FABRICAR PRODUCTOS QUE SEAN COMPETITIVOS MUNDIALMENTE Y SUPERIORES EN RELACIÓN A LAS NECESIDADES DE SEGMENTOS ESPECÍFICOS DE CLIENTES EN SEGMENTOS ESPECÍFICOS DE NEGOCIOS DE EXPORTACIÓN.
- D) UNA COMPAÑÍA DESTACADA DE OPERACIONES DE COMERCIO - MUNDIAL TANTO EN OPERACIONES DE EXPORTACIÓN COMO DE IMPORTACIÓN. LA EFICIENCIA Y LA EFECTIVIDAD DE COSTOS EN LA COMPRA INTERNACIONAL DE MATERIAS PRIMAS, DE PRODUCTOS INTERMEDIOS, DE EQUIPOS Y TECNOLOGÍA - Y EN LAS OPERACIONES DE IMPORTACIÓN, SERÁN NECESARIOS PARA INTRODUCIR A MÉXICO LOS MATERIALES, TECNOLOGÍA Y CAPACIDAD NECESARIA PARA FABRICAR PRODUCTOS Y SISTEMAS FINALES MUNDIALMENTE COMPETITIVOS - QUE PROMUEBAN LAS EXPORTACIONES DE LAS COMPAÑÍAS -

ASOCIADAS, SUBSIDIARIAS Y DE COINVERSIÓN.

- E) UNA COMPAÑÍA DESTACADA DE DESARROLLO DE NUEVOS NEGOCIOS Y DE TRANSFERENCIA DE TECNOLÓGICA PARA DESARROLLAR (PROBABLEMENTE POR MEDIO DE COINVERSIONES Y -- PROPIEDAD COMPARTIDA) NUEVAS COMPAÑÍAS AFILIADAS QUE FABRIQUEN PRODUCTOS EXPORTABLES EN DONDE NO EXISTA - ESTA CAPACIDAD EN MÉXICO,
- F) UNA COMPAÑÍA SOBRESALIENTE DE SERVICIOS DE APOYO EN COMERCIO INTERNACIONAL Y SERVICIOS DE DESARROLLO DE NEGOCIOS PARA LAS NECESIDADES INTERNAS, LAS NECESIDADES DE LAS COMPAÑÍAS ASOCIADAS, DE LAS AFILIADAS Y DE LAS COMPAÑÍAS DE COINVERSIÓN. Y ASÍMISMO UNA COMPAÑÍA - CON DESTACADA TRANSPORTACIÓN MUNDIAL, EN PROYECTOS - DE EXPORTACIÓN DE PRODUCTOS INTEGRADOS DE LAS CIUDADES Y PUEBLOS MÁS PEQUEÑOS PARA APROVECHAR LA MANO DE OBRA Y RESOLVER EL DESEMPLEO.

UNA VEZ DE HABER DESARROLLADO UNA VISIÓN AMBICIOSA DE COMPAÑÍA MEXICANA DE COMERCIO INTERNACIONAL Y DESARROLLO DE NEGOCIOS, MÉXICO TIENE LA GRAN NECESIDAD DE QUE ESTA COPAÑÍA SE DESARROLLE.

V. LA NECESIDAD FUNDAMENTAL PARA LA APLICACIÓN DE ESTE NUEVO CONCEPTO, ES QUE LA COMUNIDAD DE LOS NEGOCIOS

MEXICANOS Y EL GOBIERNO ABANDONEN GRADUALMENTE LA ACTITUD PROTECCIONISTA Y LIMITADA CON RESPECTO A SU POTENCIAL DE SER UN COMPETIDOR DE CATEGORÍA MUNDIAL EN NEGOCIOS DE ÁREAS SELECTAS Y DE EMBARCARSE EN UN PROGRAMA GRADUAL Y DE LARGO PLAZO PARA REALIZAR DICHO POTENCIAL. EL CONSORCIO DE EXPORTACIÓN A MI -- CONSIDERACIÓN ES LA FUEZA VITAL EN MÉXICO PARA LA REALIZACIÓN DE DICHO POTENCIAL.

VI. NO OBSTANTE, LAS EMPRESAS DE COMERCIO EXTERIOR DE MÉXICO HAN DEFINIDO SU PÉRFIL DE LA FUNCIÓN EMPRESARIAL Y SOCIAL QUE DEBEN CUMPLIR CON VOCACIÓN Y MÁS AHORA, CON UN ÉNFASIS ESPECIAL AL RATIFICAR EN LA CRISIS LA NECESIDAD DE UNA FUNCIÓN INTEGRADORA Y DE AGENTE DE CAMBIO QUE CADA VEZ PARECE INCUESTIONABLE AL AFRONTAR REPETIDAMENTE LAS CONDICIONES DE NUESTRO PAÍS Y DE NUESTRA INDUSTRIA CON RELACIÓN AL COMERCIO DE EXPORTACIÓN.

VII. RESULTA EVIDENTE, QUE EL CONSORCIO DE COMERCIO EXTERIOR EN MÉXICO DEBE JUGAR UN PAPEL DE MUCHA MAYOR TRASCEDENCIA A LA QUE SE LE HA CONCEDIDO HASTA AHORA Y DE QUE ADEMÁS DE ENTIDAD COMERCIAL, DEBERÁ TAMBIÉN ACTUAR COMO INTEGRADOR Y AGENTE DE CAMBIO COMO INSTITUCIÓN EDUCATIVA EN LAS CUESTIONES EMPRESARIALES DE ENFOQUE INTERNACIONAL Y COMO UNA EMPRESA LÍDER EN LA CAPTACIÓN DE INFORMACIÓN Y EN EL USO

DE LA MISMA PARA BENEFICIO DE LA EMPRESA INDUSTRIAL MEXICANA QUE DEBE A TRAVÉS DEL PAPEL CATALÍTICO QUE SE LE PROPONE ASUMIR EL CONSORCIO, REFRESCAR SUS - ENFOQUES AL COMERCIO INTERNACIONAL, BUSCANDO UNA - NUEVA ESTRATEGIA DE CRECIMIENTO.

VIII. YA CONSTITUÍDA LA NUEVA COMPAÑÍA DE COMERCIO EXTERIOR, CONSIDERO QUE LAS BASES DE CONSENSO PARA - "MEXICO EXPORTADOR" A UN CORTO PLAZO LO FORMAN LOS SIGUIENTES ELEMENTOS:

- LA GENERACIÓN DE DIVISAS A PARTIR DE LAS EXPORTACIONES DE MANUFACTURAS DEBE ESTABLECERSE COMO UNA TAREA NACIONAL DE LA MÁXIMA PRIORIDAD.
- LA CREACIÓN DE UNA BASE EXPORTADORA INVOLUCRA -- MODIFICACIONES SUSTANCIALES EN LA ESTRUCTURA PRODUCTIVA, TENDIENTES A ORIENTAR EL APARATO INDUSTRIAL HACIA EL EXTERIOR.
- LA POSICIÓN COMPETITIVA DEL PAÍS ES DÉBIL DEBIDO A QUE NO SE HAN APROVECHADO EN FORMA ADECUADA LAS VENTAJAS COMPARATIVAS EXISTENTES.
- LA REASIGNACIÓN DE RECURSOS SE LLEVARÁ A EFECTO EN LA MEDIDA QUE LA EXPORTACIÓN CONSTITUYA UNA OPE RACIÓN RENTABLE.

- UN MARCO MACROECONÓMICO ADECUADO, RESULTADO DE UN MANEJO CONGRUENTE Y ESTABLE DE LA POLÍTICA ECONÓMICA, FACILITARÁ LA TRANSACCIÓN HACIA EL NUEVO ESQUEMA.
  
- PARA COMPETIR EN IGUALDAD DE CIRCUNSTANCIAS, LOS EXPORTADORES NACIONALES DEBERÁN RECIBIR APOYOS SIMILARES A LOS CONCEDIDOS EN OTROS PAÍSES.
  
- EL OBJETIVO PROPUESTO REQUIERE DE UN ESFUERZO COM JUNTO POR PARTE DE TODOS LOS SECTORES Y EL ESTABLECIMIENTO DE COMPROMISOS MUTUOS CON VIGENCIA ACORDE A LAS METAS PROPUESTAS.

LOS ASPECTOS ESTRUCTURALES EN PLANTEAMIENTOS FUTUROS DEBERÁN SER EXAMINADOS.

IX. SE CONSIDERAN COMO REQUISITOS PARA FORTALECER LAS BASES DE COMPETENCIA LOS SIGUIENTES:

1. SUBVALUACIÓN DE 20% EN BASE A UNA CANASTA DE DIVISAS QUE INCORPORA A LOS PRINCIPALES SOCIOS COMERCIALES.
  
2. EXENCIÓN TOTAL (O PARCIAL) DEL IMPUESTO SOBRE LA RENTA.

3. AMPLIACIÓN DEL PLAZO A LO LARGO DEL CUAL SE EROGARÁN CRÉDITOS PREFERENCIALES, REDUCIENDO EL SUBSIDIO FINANCIERO EN FORMA.
4. EXENCIÓN DEL ARANCEL APLICADO A INSUMOS IMPORTADOS POR EXPORTADORES DIRECTOS O INDIRECTOS.
5. ESQUEMAS DE APOYOS A LAS EMPRESAS DE COMERCIO EXTERIOR.
6. ESTRUCTURA COMPETITIVA EN EL SISTEMA DE TRANSPORTE.
7. TARIFAS ESPECIALES PARA EL ACARREO DE EXPORTACIONES.
8. MAYOR APERTURA A LA INVERSIÓN EXTRANJERA FAVORECIENDO LA TRANSFERENCIA DE TECNOLOGÍA, SI ÉSTA CONTRIBUYE AL FORTALECIMIENTO DE LA BASE EXPORTADORA.
9. LA EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO EXPORTADOR DEBERÁ REALIZARSE A POSTERIORI BUSCÁNDOSE QUE LOS CRITERIOS DE FOMENTO SOBRE ACCIONES DE CONTROL.

LOS APOYOS REQUERIDOS INVOLUCRAN UN SACRIFICIO POR PARTE DEL ERARIO, ASÍ COMO LA CANALIZACIÓN DE RECURSOS CREDITICIOS EN CONDICIONES PREFERENCIALES.

ÁNTE LAS SEVERAS RESTRICCIONES FINANCIERAS QUE ENFRENTA EL PAÍS SE CONSIDERA NECESARIO SOLICITAR UN CRÉDITO BLANDO AL BANCO MUNDIAL, CUYO MONTO HABRÍA DE DESTINARSE EN FORMA ÍNTEGRA A FOMENTAR LA ACTIVIDAD EXPORTADORA.

X. DEBIDO A LA GRAN IMPORTANCIA QUE EN MI ANÁLISIS HE DESTACADO DE LAS EMPRESAS DE COMERCIO EXTERIOR, SE SOLICITA PARA SU MEJOR FUNCIONAMIENTO INSTRUMENTOS DE APOYO INMEDIATO COMO SON:

- A) IMPORTACIONES TEMPORALES SIN FIANZA.
- B) ELIMINACIÓN DE RESTRICCIONES PARA EL TRANSPORTE CARRETERO EFECTUADO CON EQUIPO PROPIO.
- C) CRÉDITOS FOMEX DE PRE-EXPORTACIÓN AL 100% DEL VALOR DE LOS PEDIDOS, CON OPCIÓN A DÓLARES.
- D) PRIVILEGIOS DE AGENTE ADUANAL.
- E) AUTORIZACIÓN DE GASTOS ASOCIADOS CON LÍMITES VIGENTES Y CON COMPROBACIÓN A POSTERIORI.



## F) ESTÍMULOS FISCALES.

1. EXENCIÓN DEL IMPUESTO SOBRE LA RENTA AL PRODUCTOR EN PROPORCIÓN DIRECTA A LOS VALORES - VENDIDOS A LAS EMPRESAS DE COMERCIO EXTERIOR PARA SU ULTERIOR EXPORTACIÓN.
2. ASIGNACIÓN DE ESTÍMULOS FISCALES PARA LAS - EXPORTACIONES INCREMENTALES, CONTRA PROGRAMA, SIENDO BENEFICIARIOS EL PRODUCTOR Y LA EMPRESA DE COMERCIO EXTERIOR.

PLANTEADAS LAS NECESIDADES QUE LOS CONSORCIOS REQUIEREN, SE DESPRENDE EN LAS ACCIONES ADICIONALES PARA - PROMOVER LAS EXPORTACIONES DE ESTE AÑO, QUE SOLO SE SEÑALA LA REDUCCIÓN DEL COSTO DE LAS GARANTÍAS FISCALES PARA REALIZAR IMPORTACIONES TEMPORALES AL AMPARO DE PROGRAMAS DE IMPORTACIÓN TEMPORAL Y LA AUTORIZACIÓN PARA QUE LAS EMPRESAS DE COMERCIO EXTERIOR QUE CUENTEN CON VEHÍCULOS PROPIOS, PUEDAN REALIZAR EL - TRANSPORTE DE SUS PRODUCTOS, ASÍ COMO LA AUTORIZACIÓN PARA QUE EL DESPACHO DE LAS MERCANCÍAS SEA REALIZADO POR UNO O MÁS APODERADOS DE LA PROPIA EMPRESA.

ÉN CUANTO A LAS OTRAS NECESIDADES, NO SE HA MENCIONADO NADA AL RESPECTO, DEJÁNDOLO HASTA AHORA EN SIMPLES ANÁLISIS SIN SOLUCIONES QUE PARA LAS EMPRESAS DE COMERCIO EXTERIOR BENEFICIARÍAN.

XI. ASÍMISMO LA FALTA DE UNA REGULACIÓN JURÍDICA DE EMPRESAS DE COMERCIO EXTERIOR EMANADA DE UNA LEY, --- MUESTRA LA INSEGURIDAD JURÍDICA EXISTENTE DE ESTAS EMPRESAS Y POR CONSECUENCIA SU PRECARIA PARTICIPACIÓN, YA QUE SOLO SON REGULADAS POR DECRETOS Y PROGRAMAS TEMPORALES, QUE POR NO TENER EL CARÁCTER DE GENERALIDAD, OBLIGATORIEDAD, Y PERMANENCIA ATRIBUIDA A LAS LEYES, SON DEROGADOS Y CAMBIADOS DE UN MOMENTO A OTRO SIN DEJAR UN MARCO JURÍDICO CONCRETO, PERMANENTE, INCENTIVADO Y DE SEGURIDAD JURÍDICA PARA ESTAS EMPRESAS DE COMERCIO EXTERIOR Y PARA LOS DEMÁS PAÍSES QUE QUIERAN NEGOCIAR CON NUESTRAS EMPRESAS.

XII. ES NECESARIO LA CREACIÓN DE UNA LEY AUTÓNOMA DE LAS EMPRESAS DE COMERCIO EXTERIOR, QUE CONTENGA EN SU REGULACIÓN UNA MODERNIZACIÓN ADMINISTRATIVA ADECUANDO CUATRO RUBROS FUNDAMENTALES:

SIMPLIFICACIÓN DE TRÁMITES, CON FINALIDAD DE ACTUALIZAR REGISTROS, CONSOLIDACIÓN ORIENTADA PARA ESTABLECER UN TRÁMITE ÚNICO Y OBLIGANDO A LOS EXPORTADORES A UNA MAYOR RESPONSABILIDAD Y SUJETÁNDOLO A REVISIONES.

FLEXIBILIDAD DEL CONTROL DE DIVISAS Y UNIFICACIÓN DEL TIPO DE CAMBIO.

DESCENTRALIZACIÓN ADMINISTRATIVA EVITANDO LA MULTIPLICACIÓN DE LA BUROCRACIA.

INSTRUMENTACIÓN DE ESQUEMAS DE FINANCIAMIENTO QUE -  
COMPENDAN DESDE LA FASE DE PREINVERSIÓN HASTA LA DE  
COMERCIALIZACIÓN.

ESTE SISTEMA DE REGULACIÓN ES LA QUE MÁS SE ACERCA  
A LA REALIDAD CONCRETA DE LAS EMPRESAS MEXICANA EX-  
PORTADORAS QUE SE LES DA UNA IMPORTANCIA PRIORITARIA  
EN LOS PROGRAMAS PRONAFINCE 1984-1988; PROFIEX 1985-  
1986 Y EN LA NUEVA POLÍTICA DE COMERCIO EXTERIOR EN  
NUESTRO PAÍS.

ANEXOS

ANEXOS.-

- ANEXO I            DIARIO OFICIAL DE LA FEDERACIÓN DE  
FECHA 17 DE MARZO DE 1971.
- ANEXO II            DIARIO OFICIAL DE LA FEDERACIÓN DE  
FECHA 28 DE AGOSTO DE 1975 Y SU RE  
GLAMENTO DE FECHA 29 DE DICIEMBRE  
DEL MISMO AÑO.
- ANEXO III           EFECTOS DE LOS INCENTIVOS A LA EX-  
PORTACIÓN EN BRASIL.
- ANEXO IV            BASE DE COMPETENCIA DE APOYOS FIS-  
CALES Y APOYOS FINANCIEROS.
- ANEXO V            DIRECTORIO DE EMPRESAS DE COMERCIO  
EXTERIOR.

A N E X O I

*ACUERDO que dispone se devuelvan a los exportadores de productos de manufactura nacional los impuestos indirectos y el general de importación.*

Al margen un sello con el Escudo Nacional, que dice: Estados Unidos Mexicanos.—Presidencia de la República.

La competencia en los mercados internacionales, cada vez más aguda, ha obligado a numerosos países a realizar esfuerzos decididos que permitan a sus productos manufacturados la concurrencia a tales mercados.

Si ello es cierto para todos los países en general, aún lo es más para aquéllos que, como el nuestro, deben adquirir equipo y tecnología que todavía no produce y que exige su desarrollo.

Por otra parte, el aprovechamiento parcial de la capacidad instalada de numerosas ramas de la industria nacional, implica mayores costos de producción, que es preciso reducir, aumentando la exportación y capacitando así al país para que pueda acudir ventajosamente al mercado internacional.

Es evidente, por tanto, la necesidad de un régimen de fomento a la exportación, acorde con la actual coyuntura económica nacional e internacional que aumente la producción y ventas de artículos manufacturados al exterior, mediante estímulos fiscales a sus productores e intermediarios especialistas, cuya aplicación habrá de coordinarse con otros estímulos, atacando simultáneamente todos los aspectos de la exportación.

Por los motivos que anteceden, he tenido a bien expedir el siguiente:

## ACUERDO

que dispone se devuelvan a los exportadores de productos de manufactura nacional los impuestos indirectos y el general de importación.

PRIMERO.—La Secretaría de Hacienda y Crédito Público devolverá a los exportadores de productos industriales de manufactura nacional hasta la totalidad de la participación neta federal de los impuestos indirectos que gravan el producto y sus insumos cuando los mismos estén destinados al consumo interno, en los casos en que dichos productos se exporten y alcancen un grado de manufactura nacional del 50% como mínimo.

SEGUNDO.—Las devoluciones de impuestos se aplicarán a los productos que comprenden las secciones 6, 7 y 8 de la Tarifa del Impuesto General de Exportación vigente, dentro de los términos del presente Acuerdo, y podrá ampliarse a productos de otras secciones de dicha Tarifa, oyendo la opinión de la Dirección General de Industrias, de la Secretaría de Industria y Comercio.

TERCERO.—La Dirección General de Estudios Hacendarios y Asuntos Internacionales fijará, por ramas industriales, el porcentaje general de devolución que les corresponda, de acuerdo con los impuestos indirectos que se hubieran pagado, en los términos del punto primero de este Acuerdo; dicho porcentaje se aplicará al valor unitario de las exportaciones.

CUARTO.—La Dirección General de Estudios Hacendarios y Asuntos Internacionales determinará el monto a devolver a los exportadores, según el grado de manufactura nacional de los productos de cuya exportación se trata, con base en el porcentaje de devolución fijado a la rama industrial respectiva, conforme lo establecido por el punto anterior, de acuerdo con la siguiente:

## TABLA

Grado de Manufactura	Devolución de Impuestos Indirectos
50 — 59%	50%
60 en adelante	100%

**QUINTO.**—Asimismo, el exportador podrá obtener también la devolución del Impuesto General de Importación causado por los insumos importados que se incluyan en el artículo exportado, cuando no se acoja al régimen de importación temporal.

**SEXTO.**—Será requisito para obtener la devolución del impuesto de importación correspondiente, que el exportador haya obtenido el permiso de importación de la Secretaría de Industria y Comercio, si la mercancía respectiva está sujeta al régimen de permiso previo.

**SEPTIMO.**—Para obtener la devolución a que se refiere este acuerdo, los industriales interesados deberán solicitar que la Secretaría de Hacienda y Crédito Público les reconozca previamente ese derecho.

Para reconocerlo, la Dirección General de Estudios Hacendarios y Asuntos Internacionales de la misma Dependencia, considerará la estructura del capital de las empresas, el adecuado abastecimiento interno, su contribución a la balanza de pagos y la utilización de insumos de producción nacional.

**OCTAVO.**—Por lo que se refiere a las empresas comerciales, sólo las especializadas en comercio exterior que cumplan con lo señalado en el punto anterior y que adquieran en México directamente de los industriales nacionales los productos que exporten, sin más intermediación que la de ellos, serán beneficiarias de los reintegros de la percepción neta federal de los impuestos indirectos, en los términos de la tabla del punto cuarto de este Acuerdo.

Para acreditar el derecho a los reintegros, los industriales y los comerciantes exportadores se registrarán previamente en la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, quien, en su caso, expedirá la constancia correspondiente.

**NOVENO.**—Los reintegros se otorgarán por medio de certificados de devolución de impuestos y serán expedidos por la Secretaría de Hacienda y Crédito Público y se utilizarán exclusivamente para el pago de impuestos federales no afectos a un fin específico.

Dichos certificados serán intransferibles, y los derechos que conliefieren prescribirán en cinco años, contados desde la fecha de su expedición.



**DECIMO.**—Para los efectos de este Acuerdo, el grado de manufactura nacional se determinará estableciendo el costo de producción de las mercancías exportadas, en la forma siguiente:

I.—Materias primas y artículos semiterminados o terminados, integrantes del producto, así como sus envases puestos en la fábrica que haya realizado el proceso de manufactura final:

- a) nacionales.
- b) importados.

II.—Combustibles y otros materiales auxiliares necesarios para la fabricación, también puestos en dicha fábrica:

- a) nacionales.
- b) importados.

III.—Energía utilizada directamente en la fabricación.

IV.—Mano de obra directa, comprendiendo los salarios y las prestaciones estipuladas en los contratos de trabajo; y

V.—Depreciación de maquinaria y equipo, y la amortización de construcciones e instalaciones, las que en conjunto no excederán del 10% del total de las fracciones anteriores.

El grado de manufactura nacional será la proporción que resulte de dividir la suma de esos conceptos, excluyendo los incisos b) de las fracciones I y II, entre su total.

DECIMOPRIMERO.—La Secretaría de Hacienda y Crédito Público no concederá o limitará los beneficios de este ordenamiento cuando a su juicio los objetivos del mismo se satisfagan mediante otras medidas de índole fiscal destinadas a fomentar la exportación, o cuando a través de ésta se obtengan otros beneficios como cuotas de producción, premios u otros similares.

DECIMOSEGUNDO.—Si el artículo a exportar se encuentra gravado en la Tarifa del Impuesto General de Exportación, no se otorgarán los beneficios a que se refiere este Acuerdo.

DECIMOTERCERO.—Las devoluciones a que se refiere el punto primero de este Acuerdo, en los términos de la tabla que consigna su punto cuatro, se concederán a los fabricantes nacionales respecto de las operaciones por las que abastezcan a las zonas y perímetros libres, así como a la zona fronteriza norte del país, de aquellos productos terminados que actualmente se importan, sin que esto sea en perjuicio de los elaborados localmente con materias primas nacionales.

DECIMOCUARTO.—El incumplimiento de cualquiera de las obligaciones que derivan de las disposiciones que anteceden impli-

cará la pérdida de los derechos correspondientes, sin perjuicio de las sanciones y responsabilidad que para el retorno de las mercancías fijen el Código Aduanero de los Estados Unidos Mexicanos y el reglamento en cuya virtud expide los permisos relativos la Secretaría de Industria y Comercio.

**DECIMOQUINTO.**—Podrán modificarse los requisitos señalados en los artículos anteriores en aquellos casos en que a juicio de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público se contribuya sustancialmente a aumentar las exportaciones.

**DECIMOSEXTO.**—Se faculta a la Secretaría de Hacienda y Crédito Público para dictar las disposiciones necesarias para la aplicación de este Acuerdo.

### TRANSITORIOS

**PRIMERO.**—El Presente Acuerdo entrará en vigor el siguiente día de su publicación en el "Diario Oficial" de la Federación.

**SEGUNDO.**—Se derogan el Acuerdo sobre estímulos a la exportación de artículos manufacturados y su circular reglamentaria publicados en el "Diario Oficial" de la Federación los días 27 de septiembre de 1961 y 20 de junio del siguiente año, respectivamente.

**TERCERO.**—Las solicitudes relativas a operaciones efectuadas antes de la fecha señalada en el Artículo Primero que antecede, formuladas por los interesados conforme a las disposiciones citadas en el Artículo anterior, y las que se encuentren en términos al entrar en vigor el presente, se concluirán con arreglo a las mismas, salvo renuncia en contrario de los interesados.

Dado en el Palacio del Poder Ejecutivo de la Unión, en México, Distrito Federal, a los quince días del mes de marzo de mil novecientos setenta y uno.—El Presidente Constitucional de los Estados Unidos Mexicanos, *Luis Echeverría Álvarez*.—Rúbrica.—El Secretario de Hacienda y Crédito Público, *Hugo B. Margáin*.—Rúbrica.—El Secretario de Industria y Comercio, *Carlos Torres Manzo*.—Rúbrica.

les suspenderán las devoluciones hasta en tanto cumplan o satisfagan dichas disposiciones. En caso de reincidencia se cancelará el registro en forma definitiva.

**ARTICULO DECIMO SEGUNDO.**—Se faculta a la Secretaría de Hacienda y Crédito Público para dictar las disposiciones necesarias para la aplicación del presente acuerdo.

**TRANSITORIOS**

**ARTICULO PRIMERO.**—El presente acuerdo entrará en vigor al día siguiente de su publicación en el "Diario Oficial" de la Federación.

**ARTICULO SEGUNDO.**—Las empresas ya registradas en la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, y las que solicitaron su registro antes de la entrada en vigor del presente acuerdo, contarán con seis meses de plazo a partir de la vigencia de éste para cumplir con los requisitos que dispone, sin perjuicio de reconocerles los incrementos que ya hubieren alcanzado, siempre que demuestren estar organizadas conforme al mismo y presenten los programas a que alude el artículo 8o.

**N. del E.**—El acuerdo de fecha 6 de septiembre de 1973, figura en la página 13,197.

**ACUERDO Presidencial de 26 de agosto de 1975, que dispone el otorgamiento de incentivos fiscales a favor de las empresas de comercio exterior.**

(Publicado en el "Diario Oficial" de 28 de agosto de 1975).

**Artículo 1o.**—Se concede un estímulo fiscal a las empresas de comercio exterior consistente en la devolución de hasta la totalidad de la percepción neta federal de los impuestos indirectos que cubran por sus actividades y que deberán destinar íntegramente a sufragar los gastos ocasionados por sus operaciones de comercio exterior.

**Artículo 2o.**—Por empresas de comercio exterior deben entenderse los consorcios de productores de manufacturas y las empresas de servicio que se organicen en los términos de este acuerdo.

**Artículo 3o.**—La Secretaría de Hacienda y Crédito Público determinará el monto de la devolución con base en el valor de las exportaciones de bienes que, previamente, hubieran sido beneficiados por el acuerdo de 15 de marzo de 1971, que dispone se devuelvan a los exportadores de productos de manufactura nacional los impuestos indirectos y el general de importación.

**Artículo 4o.**—Los consorcios de productores de manufacturas y las empresas de servicio deberán constituirse conforme a la Ley General de Sociedades Mercantiles, bajo la forma de sociedad anónima de capital variable, registrarse en la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, y cumplir los siguientes requisitos:

1.—El capital social de los consorcios deberá estar suscrito y totalmente pagado, representado por acciones nominativas, no ser menor de

cinco millones de pesos y estar constituido en un 75% como mínimo, por empresas industriales establecidas conforme a las leyes mexicanas, distribuido en aportaciones individuales que en ningún caso excederán al 15% de aquél; el 25% restante podrá ser suscrito por personas físicas o morales mexicanas de la misma o diferente actividad, con límite máximo de 5% por suscripción individual.

Estas proporciones deberán observarse también respecto de la parte variable del capital.

Tratándose de organismos del sector público o de instituciones de crédito y empresas comerciales, la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, autorizará en cada caso los porcentajes de participación.

Las empresas aludidas en los párrafos precedentes podrán celebrar contratos de prestación de servicios y de comisión o mediación mercantil solamente con artesanos o empresas industriales no accionistas, cuyo capital social no exceda de 15 millones de pesos.

II.—Las empresas de servicio contarán con un capital social de dos y medio millones de pesos, como mínimo, totalmente pagado, constituido por aportaciones individuales, nunca superiores al 20% del capital total y representado por aportaciones individuales, que no excederán al 20% del capital total y representado por acciones nominativas suscritas por personas físicas mexicanas, o personas morales con mayoría de capital mexicano, prevenciones a seguir igualmente respecto de la parte variable del capital.

Cuando se trate de instituciones crediticias o de organismos del sector público, la Secretaría de Hacienda y Crédito Público aprobará en cada caso el porcentaje con el que puedan participar.

Estas empresas sólo podrán realizar exportaciones por cuenta de artesanos y empresas industriales, pequeñas y medianas, cuyo capital social no exceda de 15 millones de pesos.

III.—La organización de los consorcios y empresas de servicio será como sigue:

a).—Administración a cargo de un consejo;

b).—Dirección general; gerencias o departamentos de administración; finanzas y contabilidad; relaciones públicas y legales; promoción y ventas; crédito y cobranzas; mercadotecnia y tráfico nacional o internacional y servicios de comunicación;

c).—Representaciones exclusivas en el extranjero, adecuadas a la importancia de los mercados;

d).—Personal especializado en cada uno de los servicios o departamentos, y

e).—Instalaciones y servicios apropiados para su funcionamiento.

Artículo 5o.—Para obtener los beneficios a que se refiere el artículo 1o. los consorcios y empresas de servicio deberán realizar las funciones de comercio exterior de las empresas asociadas o de aquellas con quienes tengan celebrados contratos. Dichas funciones comprenderán servicio de tráfico nacional o internacional, consultoría, investigación de

mercados, créditos y cobranzas, representación en el extranjero, servicio de comunicación, promoción de mercados y ventas.

Artículo 6o.—Para tener derecho a la devolución de impuestos los consorcios deberán incrementar la exportación de productos manufacturados en los siguientes términos:

a).—Durante el primer año, 20% respecto al valor de la exportación realizada durante los doce meses inmediatos anteriores considerándose siempre las mismas empresas para el cómputo de los incrementos;

b).—15% adicional, acumulativo, durante cada uno de los cuatro años siguientes;

c).—Cuando en un año se supere el incremento fijado en los incisos a) y b) anteriores, la cantidad adicional requerida, se considerará para obtener el incremento de los años subsiguientes;

Una vez cumplidos tales incrementos se tendrá derecho a la devolución siempre que se mantenga como mínimo el valor exportado en el año inmediato anterior.

d).—El incremento señalado en los incisos a) y b) anteriores deberá ser cubierto en un 30%, como mínimo, con exportaciones de artículos producidos por pequeños y medianos industriales y artesanos, y

e).—Cuando una empresa de servicio solicite operar como consorcio cumplirá el incremento inicial en los términos del inciso a), más el primer incremento acumulativo de 15%.

Artículo 7o.—El incentivo fiscal se concederá a las empresas de servicio sin ninguna condición respecto al incremento en exportaciones durante el primer año de su funcionamiento; a partir del segundo año, lo seguirá obteniendo si aumentan sus exportaciones en un 20%, con relación al primer año; para los cuatro años siguientes, el incremento deberá ser del 15% acumulativo anual y cualquier cantidad adicional al 20% ó al 15% se bonificará para los años subsiguientes.

Satisfechos tales incrementos procederá la devolución siempre que las solicitantes mantengan, cuando menos, el valor de lo exportado en el último año.

De cambiar su estructura a la de consorcio, las empresas de servicio cumplirán con el primer incremento de 20%, una vez operado como empresa de servicio durante un año.

Artículo 8o.—Los consorcios elaborarán sus programas anuales de trabajo sometiéndolos a la aprobación de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, Dirección General de Estudios Hacendarios y Asuntos Internacionales, quien oír a la de Industria y Comercio y al Instituto Mexicano de Comercio Exterior.

Dichos programas deberán entregarse anualmente a la segunda de tales Secretarías y comprenderán obligatoriamente los siguientes aspectos:

a).—Promoción en el exterior;

- b).—Captación y programación de oferta exportable;
- c).—Capacitación de técnicos;
- d).—Programas de exportación, y
- e).—Racionalización de las importaciones y exportaciones de socios y clientes.

Artículo 9o.—La devolución de impuestos se otorgará a través de un certificado, expedido a favor del consorcio o la empresa de servicio, con las siguientes características:

- a).—Serán intransferibles;
- b).—Los derechos que confieren prescribirán en cinco años, contados desde la fecha de su expedición;
- c).—Se otorgará total o parcialmente, sobre la base de los programas que hubieran presentado a la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, de acuerdo con lo que establece el artículo 8o. anterior, y
- d).—Su monto no será mayor del 60% del presupuesto de gastos que implique el programa que señala el artículo 8o., y la diferencia deberá ser cubierta al consorcio por la empresa asociada o aquella con quien tenga celebrado contrato de comisión mercantil.

Artículo 10.—Se faculta a la Secretaría de Hacienda y Crédito Público para establecer y otorgar el monto de los incentivos a la operación de compra y comercialización de productos manufacturados para su exportación, que realicen las empresas de comercio exterior.

Artículo 11.—A los beneficiarios del presente acuerdo que contravengan una o más de las disposiciones que el mismo establece se le suspenderán las devoluciones hasta en tanto cumplan o satisfagan dichas disposiciones. En caso de reincidencia se cancelará el registro en forma definitiva.

Artículo 12.—Se faculta a la Secretaría de Hacienda y Crédito Público para dictar las disposiciones necesarias para la aplicación del presente acuerdo, incluyendo lo relativo a plazos para solicitar los beneficios que establece y demás.

#### TRANSITORIOS

Artículo 1o.—El presente acuerdo entrará en vigor al día siguiente de su publicación en el "Diario Oficial" de la Federación.

Artículo 2o.—Las empresas ya registradas en la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, y las que solicitaron su registro antes de la entrada en vigor del presente acuerdo, contarán con seis meses de plazo a partir de la vigencia de éste para cumplir con los requisitos que dispone, sin perjuicio de reconocerles los incrementos que ya hubieren alcanzado, siempre que demuestren estar organizadas conforme al mismo y presenten los programas aludidos por su artículo 8o.

internar, de la zona libre del Estado de Baja California, al resto del país, almendra extranjera sin cáscara, procesada en su planta industrial, ubicada en Los Dolores, Santo Tomás, B. Cla., exenta del pago de los impuestos de importación respectivos.

En su curso, la empresa manifiesta que le es imposible llevar a cabo el programa frutícola-industrial autorizado por la Secretaría de Industria y Comercio, mediante el cual se permitió dicha operación, por lo tanto, sírvase usted indicar a las aduanas correspondientes, que a partir de la fecha de publicación del presente acuerdo en el "Diario Oficial" de la Federación, el diverso 102-B-410 queda sin efecto.

**REGLAMENTO de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, de 26 de diciembre de 1975, del acuerdo que dispone el otorgamiento de incentivos fiscales a favor de las empresas de comercio exterior.**

(Publicado en el "Diario Oficial" de 29 de diciembre de 1975).

**ARTICULO 1o.**—Siempre que en este Reglamento se emplee el término "Acuerdo", se entenderá que se refiere al "Acuerdo que dispone el otorgamiento de incentivos fiscales a favor de las empresas de comercio exterior", expedido por el C. Presidente de la República el 26 de agosto de 1975 y publicado en el "Diario Oficial" de la Federación el 29 del mismo mes y año; por "Secretaría", la Secretaría de Hacienda y Crédito Público y por "Dirección" la de Estudios Hacendarios y Asuntos Internacionales, dependiente de aquélla.

**ARTICULO 2o.**—La devolución de impuestos se hará a las empresas de comercio exterior y se otorgará una vez satisfechos los siguientes requisitos:

- a).—Registrarse;
- b).—Contar con la aprobación del programa de trabajo;
- c).—Cumplir con el o los incrementos exigidos en los artículos 6o. y 7o. del "Acuerdo";
- d).—Comprobar que los productos exportados satisfacen los requisitos señalados en los acuerdos presidenciales del 15 de marzo de 1971 y 2o de agosto de 1975, y
- e).—Acreditar, con las copias de facturas y documentos aduanales correspondientes, que la operación se realizó por conducto de la empresa de comercio exterior.

**ARTICULO 3o.**—Para obtener el registro correspondiente las empresas de comercio exterior deberán presentar ante la "Dirección", debidamente resuelto el cuestionario que forma parte de este Reglamento como anexo 1, acompañando copia certificada de su acta constitutiva y los contratos de prestación de servicios y mediación mercantil que tengan celebrados y registrados ante la autoridad fiscal correspondiente; en el caso de consorcios, copias certificadas de las actas constitutivas y de la última asamblea de accionistas de las empresas que lo forman, debiendo acreditar de manera fehaciente que satisfacen los requisitos señalados en el artículo 4o. del "Acuerdo".

La "Dirección", en un plazo no mayor de 30 días hábiles, contados a partir de la fecha de recepción de los documentos, llevará a cabo la verificación de los mismos, recomendando lo que proceda.

**ARTICULO 4o.**—En virtud de que el "Acuerdo" establece como la forma de organización la de sociedad anónima de capital variable, deberá entenderse que el límite mínimo de cinco millones de pesos para consorcios y de dos y medio millones de pesos para empresas de servicio, totalmente suscrito y pagado, será para el capital fijo, por lo que el capital variable deberá ser suscrito y pagado conforme lo establece la Ley General de Sociedades Mercantiles, observando las proporciones que señalan las fracciones I y II del artículo 4o. del citado "Acuerdo".

**ARTICULO 5o.**—Las empresas de comercio exterior deberán acreditar ante la "Dirección" a los representantes exclusivos en el extranjero; para tal efecto exhibirán copia de los contratos celebrados con éstos y, cuando existan oficinas propias, la documentación que compruebe su organización y funcionamiento.

La "Secretaría", oyendo la opinión del Comité Asesor a que se refiere el artículo 13 del presente Reglamento, podrá sugerir el establecimiento de oficinas en el extranjero cuando, a su juicio, un determinado mercado lo amerite.

**ARTICULO 6o.**—Los contratos de prestación de servicios y de comisión o de mediación mercantil, registrados ante las autoridades correspondientes, deberán comprender el detalle de servicios a prestarse.

**ARTICULO 7o.**—Cualquier cambio en la estructura del capital social de la empresa que signifique un aumento o disminución del mismo, la transferencia de acciones entre empresas filiales o nuevos socios, deberá ser autorizada previamente por la "Dirección", sin perjuicio de lo dispuesto por la legislación aplicable.

**ARTICULO 8o.**—Para la incorporación de nuevas empresas al consorcio o empresa de servicio, deberá formularse solicitud por escrito ante la "Dirección", acompañando acta protocolizada por Notario Público donde conste su aceptación por parte del Consejo de Administración.

**ARTICULO 9o.**—Las empresas de comercio exterior dedicarán el monto íntegro de las devoluciones de impuestos y aportaciones de sus socios o comitentes a sufragar los siguientes gastos:

I).—De administración, entendiéndose por tales, los sueldos y prestaciones del personal; arrendamiento de oficinas y bodegas; cuotas a cámaras o asociaciones; suscripciones de publicaciones; gastos de papelería y artículos de escritorio; servicios de luz, teléfono, télex, correos y telégrafos, y

II).—De promoción, que comprenden los efectuados en participaciones en ferias, exposiciones, misiones y brigadas comerciales; participación y patrocinio de convenciones; seminarios y cursos de capacitación de relaciones públicas; edición de catálogos, publicidad y muestrarios; viajes para realizar exportaciones; gastos de representación y de las oficinas en el extranjero.



De disponer de excedentes de recursos una vez programados los dos tipos de gastos anteriores, la "Secretaría" autorizará que se destine a comercializar:

a).—Artesanías;

b).—Productos primarios, siempre que se destinen a mercados no tradicionales, y

c).—Productos manufacturados, siempre que hayan sido producidos por empresas cuyo capital social no exceda de quince millones de pesos y que no sean asociadas o hayan establecido contrato de servicios o mediación mercantil con dicha empresa de comercio exterior.

Los productos señalados en los incisos anteriores no disfrutarán de la devolución de impuestos a que se refiere el artículo 1o. del acuerdo y serán adicionales a lo que dispone el inciso a) del artículo 6o. del mismo ordenamiento.

ARTICULO 10.—Para la comprobación de las funciones de comercio exterior indicadas en el artículo 5o., y el cumplimiento de la elaboración y ejercicio de los programas de trabajo a que hace referencia el artículo 8o. del "Acuerdo", las empresas de comercio exterior solicitarán la aprobación de dicho programa presentando resuelto el cuestionario que forma parte de este Reglamento como anexo.

La "Dirección" dictaminará sobre el mismo, oyendo la opinión de la Secretaría de Industria y Comercio y del Instituto Mexicano de Comercio Exterior.

Los programas deberán presentarse durante los tres últimos meses previos al inicio del año fiscal de cada empresa y las solicitudes respectivas serán resueltas en un plazo no mayor de 30 días hábiles, posteriores a la fecha de recepción de documentos. La "Secretaría", conforme a las leyes de la materia, podrá autorizar a aquellas empresas de comercio exterior que lo soliciten años fiscales que no concuerden con los años del calendario.

ARTICULO 11.—La devolución de impuestos a que se refiere el inciso d) del artículo 9o. del "Acuerdo", por un 60% del presupuesto de gastos, comprenderá la totalidad de las devoluciones a que se hayan acreedoras las empresas de comercio exterior.

La aportación de los socios o comitentes, el resto del importe del programa, deberá establecerse sobre esta base, y la suma de ambos conceptos, o sea el 100% del programa presupuesto, será destinado a las finalidades del "Acuerdo".

ARTICULO 12.—Los consorcios o empresas de servicio de comercio exterior quedan obligadas a presentar anualmente sus estados financieros dictaminados para fines fiscales. La "Secretaría" llevará a cabo la inspección necesaria y se auxiliará con el Instituto Mexicano de Comercio Exterior para la evaluación de los programas de promoción y participación en las promociones que organice el Gobierno Federal.

ARTICULO 13.—En atención al artículo 8o. del "Acuerdo", se crea un Comité Asesor, integrado por representantes de las Secretarías de Hacienda y Crédito Público y por la de Industria y Comercio e Instituto Mexicano de Comercio Exterior, a invitación de aquélla.

El Comité tendrá por objeto asesorar a la "Secretaría" en la aplicación del "Acuerdo", recomendando las medidas más adecuadas para el logro de los fines que el mismo persigue y, en general, estudiar las cuestiones relacionadas con el fomento de las empresas de comercio exterior y formular a las autoridades las recomendaciones que deriven de dichos estudios, incluyendo modificaciones a los ordenamientos legales en vigor sobre el particular.

#### TRANSITORIOS

**ARTICULO UNICO.**—El presente entrará en vigor al siguiente día de su publicación en el "Diario Oficial" de la Federación.

**ACUERDO Presidencial de 12 de agosto de 1972, que concede a los industriales nacionales, los subsidios que procedan en razón de los equipos y aditamentos que importen con el objeto de evitar, controlar o abatir la contaminación causada por la emisión de humos y polvos.**

(Publicado en el "Diario Oficial" de 14 de agosto de 1972).

**PRIMERO.**—La Secretaría de Hacienda y Crédito Público concederá a los industriales nacionales que importen directamente los equipos y aditamentos que deban instalar para evitar, controlar o abatir la contaminación causada por la emisión de humos y polvos, los subsidios que procedan por la totalidad de las cuotas específicas y ad-valorem del impuesto general de importación que causen.

**SEGUNDO.**—La Secretaría de Industria y Comercio concederá previamente los permisos de importación cuando se trate de mercancías sujetas a ese requisito, siempre que la producción nacional no fabrique los equipos y aditamentos de que se trate, en condiciones adecuadas de calidad, precio y plazo de entrega.

**TERCERO.**—La Secretaría de Salubridad y Asistencia por conducto de la Subsecretaría de Mejoramiento del Ambiente se encargará de verificar la instalación de los equipos y aditamentos cuya importación se subsidie.

#### TRANSITORIOS

**UNICO.**—El presente acuerdo entrará en vigor al día siguiente de su publicación en el "Diario Oficial" de la Federación.

EFFECTOS DE LOS INCENTIVOS A LA EXPORTACION

	INCENTIVOS	INSUMOS	PRODUCCION	PRECIO	PRODUCTO	PROMOCION	DISTRIBUCION
FISCALES	1. EXENCION DEL IMPUESTO A LA RENTA		MEDIO	MEDIO			
	2. REDUCCION DE LOS GASTOS EN LA PROMOCION DE EXPORTADORES					MEDIO	MEDIO
	3. REDUCCION DEL IMPUESTO S/ LAS TRANSFERENCIAS FINANCIERAS PARA EL EXTRANJERO		DÉBIL FUERTE	FUERTE	DÉBIL		
	4. EXENCION DEL IPI						
	5. EXENCION DEL ICM						
	6. IMPORTACION DE BIENES DE CAPITAL LIBRES DE IMPUESTO	FUERTE	MEDIO	DÉBIL	DÉBIL		
	7. DRAWBACK	FUERTE	FUERTE	FUERTE	MEDIO		
	8. EXENCION DEL IMPUESTO S/ OPERACIONES FINANCIERAS	DÉBIL*		DÉBIL			DÉBIL
	9. EXENCION DEL IMPUESTO S/ LUBRICANTES, COMBUSTIBLES Y ENERGIA ELÉCTRICA	DÉBIL	MEDIO	DÉBIL	DÉBIL		DÉBIL
	10. EXENCION DE OTROS TRIBUTOS, TASAS, ETC		DÉBIL	DÉBIL	DÉBIL		DÉBIL
FINANCIEROS	1. FINANCIAMIENTO A LA PROD. P. BANCOS - COMERCIALES	FUERTE*	FUERTE	FUERTE			
	2. FINANCIAMIENTO A LA PROD. P. BANCO DE BRASIL	FUERTE*	MEDIO	MEDIO			
	3. FINANCIAMIENTO A LA PROD. POR EL BNDE	FUERTE*	MEDIO	MEDIO			
	4. FINANCIAMIENTO A LA EXPORTACION	FUERTE*	MEDIO	FUERTE		MEDIO	
	5. SEGURO DE CRÉDITO A LA EXPORTACION			DÉBIL		MEDIO	
OTROS	1. EXPORTACION EN CONSIGNACION					MEDIO	MEDIO
	2. REMESA DE MUESTRAS SIN FORMALIDAD					MEDIO	
	3. EXPORTACIONES S. FORMALIDAD EN ZONAS FRONTERIZAS		FUERTE	DÉBIL			
	4. GARANTIA A PARTICIP. EN LICITACIONES INTERNACIONALES					FUERTE	
	5. SERVICIOS DE LA CADEX					MEDIO	DÉBIL
	6. SERVICIOS CONSULARES					DÉBIL	MEDIO

ANEXO III

\* SE CONSIDERA EL CAPITAL DE GIRO COMO UN INSUMO  
 NOTA: SE PRESENTA EL EFECTO PROBABLE DE CADA INCENTIVO EN LAS PRINCIPALES VARIABLES QUE AFECTAN LA OFERTA Y LA DEMANDA EXTERNA DE MANUFACTURADOS PRODUCIDOS EN EL BRASIL. ESTAS VARIABLES SON LAS ARRIBA MENCIONADAS Y CADA EFECTO FUE CLASIFICADO, EN FUNCION A SU INTENSIDAD, EN "DÉBIL", "MEDIO" O "FUERTE".

BASE DE COMPETENCIA:

APOYOS FISCALES

		POSICIÓN COMPETITIVA RELATIVA DE MEXICO CON:					
		JAPON	FRANCIA	OTRO	BRASIL	COREA	OTRO
EXENCIÓN DE IMPUESTOS DIRECTOS	No existe				Muy inferior	Muy inferior	Muy inferior
EXENCIÓN DE IMPUESTOS INDIRECTOS.	DEVOLUCIÓN O ACREDITAMIENTO DEL IVA Y DEL IMPUESTO GENERAL SOBRE IMPORTACIÓN.				IGUAL	INFERIOR	IGUAL
EXENCIONES ESPECIALES (INVERSIONES NUEVAS Y COMPROMISOS DE IMPORTACIÓN).							

A N E X O I V

BASE DE COMPETENCIA:

APOYOS FINANCIEROS

ELEMENTO ANALIZADO	SITUACION ACTUAL EN MEXICO	POSICION COMPETITIVA RETALIVA DE MEXICO CON:					
		JAPON	FRANCIA	OTRO	BRASIL	COREA	OTRO
CRÉDITO A CORTO PLAZO FINANCIAMIENTO PRE-EXPORTACIÓN	CRÉDITO PREFERENCIAL A LA PRE-EXPORTACIÓN (SUBSIDIO FINANCIERO DESAPARECERA A PARTIR DE 1987).		INFERIOR		INFERIOR		INFERIOR
CRÉDITO A LARGO PLAZO	EXISTE EL FONEI AUNQUE OPERA CON RECURSOS LIMITADOS.		MUY INFERIOR			MUY INFERIOR	
CARTA DE CRÉDITO DOMESTICA	SE ANUNCIÓ QUE A PARTIR DEL MES DE FEBRERO ESTARÍA OPERANDO.				INFERIOR	INFERIOR	INFERIOR

CONSEJO NACIONAL ANEXO V  
 COMERCIO EXTERIOR  
 AREA METROPOLITANA  
 Y CONSORCIOS, A. C.

DIRECTORIO  
 =====

CONEXPO, S. A. DE C.V.  
 =====

MIGUEL LAURENT, NO. 17-5° PISO

COL. DEL VALLE,

C. P. 03100

LIC. GILBERTO VAZQUE AHEDO,

DIRECTOR GENERAL

557-72-02

559-11-00

559-12-88

CONSORCIO INTERMEX, S. A. DE C. V.  
 =====

AV. RUIZ CORTINES No. 2333 PTE.

C. P. 64400,

MONTERREY N. L.

APARTADO POSTAL 1657

C. P. CESAREO FRIAS MENDOZA

DIRECTOR GENERAL.

91 83 51-18-41

51-10-10

COINSA INTERNACIONAL, S. A. DE C. V.  
 =====

OLEODUCTO NO. 2780-2790

COL. ALAMO INDUSTRIAL,

C. P. 44490,

GUADALAJARA, JAL.

C.P. GUILLERMO MENDOZA TARRE.

DIRECTOR GENERAL.

91 36 39-60-97

CONSORCIO DE EXPORTADORES MEXICANOS, S. A. DE C. V.  
 =====

2 DE ABRIL NO. 141 6 OTE,  
 COL. NUEVO REPUEBLO,  
 APDO. POSTA. 1146  
 MONTERREY, N. L.

SR. ERIC BREMER REYES,  
 DIRECTOR GENERAL,

91 83 44-36-20  
 44-36-43  
 44-36-41

CONSORCIO PETROQUIMICO MEXICANO, S. A. DE C. V.  
 =====

PATRICIO SANZ No. 1582,  
 CO. DEL VALLE,  
 MEXICO, 03100, D. F.

ING. BERNARDO JIMENEZ BARRERA,  
 DIRECTOR GENERAL

534-60-57  
 534-60-58  
 534-58-66

DESC COMERCIO EXTERIOR S. A. DE C. V.  
 =====

BOSQUE DE CIRUELOS No. 304,  
 C. P. 11700,  
 MEXICO D. F.

SR. ANTONIO RUIZ GALINDO TERRAZAS  
 DIRECTOR GENERAL,

596-75-35  
 596-72-38  
 596-72-39  
 596-34-11

EDOMEX CONSORCIO DE COMERCIO EXTERIOR, S. A. DE C. V.  
 =====

FUENTE DE PIRAMIDE No. 1 DESP. 803,  
 COL. TECAMACHALCO,  
 MEXICO, D. F.,  
 C. P. 53000

LIC. MAURICIO SOLER MALDONADO,  
 DIRECTOR GENERAL

294-56-00  
 294-41-95  
 294-63-74  
 294-62-94

CORPORACION INTERNACIONAL DE NEGOCIOS, S. A. DE C. V.  
 =====

BLVD. VENUSTIANO CARRANZA No. 1737  
 25280 SALTILLO, COAH.

LIC. GUILLERMO MONTEMAYOR.  
 DIRECTOR GENERAL,

92 841 3-88-70  
 3-36-90

CONSTRUEXPORT, S. A. DE C. V.  
 =====

RIO BECERRA # 27-6,

COL. NAPOLES,

C.P. 03810

MEXICO, D. F.

LIC. RUPERTO FLORES Y FERNANDEZ  
 DIRECTOR GENERAL

660-35-96  
 EXT. 2180

EMPRESA DE COMERCIO EXTEIOR MEXICANO, S. A. DE C. V.  
 =====

TAINE No. 229 PENTHOUSE,

COL. POLANCO,

C. P. 11570,

MEXICO, D. F.

LIC. OSCAR VAZQUEZ ZAPEIEN,  
 DIRECTOR GENERAL

531-97-96  
 531-98-16  
 531-71-25

LANZAGORTA INTERNACIONAL, S. A. DE C. V.  
 =====

JAIME BALMEX 11-5° PISO.

TORRE "A" PLAZA POLANCO,

COL. CHAPULTEPEC MORALES,

C.P. 11510,

MEXICO, D. F.

ING. ARMANDO VEGA INIGUEZ

557-24-00  
 557-02-22  
 EXT. 3500



NORTEXPORT, S. A. DE C. V.  
 =====

ALTAMIRANO No. 2306,

91 141 3-90-98

APDO. POSTAL 689

3-94-15

COL. ALTA VISTA,

C. P. 31320,

LIC. JULIO ORNELAS GIL

DIRECTOR GENERAL

TRANSFORMACION EXPAORTA, S. A. DE C. V.  
 =====

AV. SAN ANTONIO No. 256 DESP, 701,

COL. AMPLIACION NAPOLES,

598-69-88

C. P. 03810,

MEXICO, D. F.

LIC. FERNANDO RUIZ HUARTE

DIRECTOR GENERAL

VENEXPOR, S. A. DE C. V.  
 =====

LOPEZ MATEOS No. 215 OTE. 3° PISO,

91 471 4-20-83

COL. CENTRO,

4-43-74

C. P. 37000,

LEON, GTO.

ING. MARIANO GAVALDON ALCERRECA,

DIRECTOR GENERAL

CONACEX: TLAXCALA 1177 DESP, 803 C.P. 06100 México, D. F.,  
 TELs. 286-87-98,

BIBLIOGRAFIA.-

## LEGISLACION CONSULTADA :

CONSTITUCIÓN POLÍTICA DE LOS ESTADOS UNIDOS MEXICANOS, 85 A. ED., PORRÚA, MÉXICO 1985.

CÓDIGO DE COMERCIO Y LEYES COMPLEMENTARIAS 4A. ED., PORRÚA, - MÉXICO 1985.

LEY DEL IMPUESTO AL VALOR AGREGADO 3A. ED., PORRÚA, MÉXICO - 1980.

LEY DEL IMPUESTO SOBRE LA RENTA 3A. ED., PORRÚA, MÉXICO 1980.

LEY ORGÁNICA DE LA FRACCIÓN PRIMERA DEL ARTÍCULO 27 CONSTITUCIONAL, 5A. ED., PORRÚA, MÉXICO 1981.

REGLAMENTO DE LA LEY ORGÁNICA DE LA FRACCIÓN PRIMERA DEL ARTÍCULO 27 CONSTITUCIONAL 5A., ED., PORRÚA, MÉXICO 1981.

## PUBLICACIONES PERIODICAS CONSULTADAS :

BOLETÍN MEXICANO DE DERECHO COMPARADO; UNAM, NUEVA SERIE, AÑO XVIII, No. 54, SEPTIEMBRE-DICIEMBRE 1985.

DIARIO OFICIAL DE LA FEDERACIÓN; 17-IX-61, 20-VI-62, 17-III-71, 28-VIII-75, 29-XII-75, 31-XII-82, 22-VII-83.

EXCÉLSIOR; ACCIONES ADICIONALES PARA PROMOVER LAS EXPORTACIONES EN EL MARCO DEL -PROFIEX-; MÉXICO, D.F., 19 DE MARZO DE 1986.

MECANISMO INTERNO DE LA SECRETARÍA DE COMERCIO EXTERIOR, S.F., MÉXICO, D.F., 1977.

PROGRAMA NACIONAL DE FOMENTO INDUSTRIAL -PRONAFICE- SECRETARÍA DE COMERCIO Y FOMENTO INDUSTRIAL 1984-1988, PALACIO NACIONAL; MÉXICO, D.F., DE JULIO DE 1984.

PROGRAMA DE FOMENTO INTEGRAL A LAS EXPORTACIONES-PROFIEX- SECRETARÍA DE COMERCIO Y FOMENTO INDUSTRIAL, MÉXICO, D.F., - DE ABRIL DE 1985.

REVISTA INFORME LABORAL IMCE, S.F., MÉXICO, D.F., 1984.

## OBRAS CONSULTADAS :

- ASOCIACION NACIONAL DE CONSORCIOS Y COMPAÑIAS DE COMERCIO EXTERIOR: EL PAPEL INTEGRADOR Y DE CAMBIO DE LOS CONSORCIOS DE EXPORTACIÓN MEXICANA; S.F., MÉXICO, 1982 (49 PÁGINAS)
- ANÁLISIS Y PERSPECTIVAS DE AMÉRICA LATINA: COMPAÑIAS DE COMERCIO EXTERIOR, EXTRACTADO POR VARIOS, S.F., MÉXICO, 1975 (82 PÁGINAS).
- CASTRO JOSE AUGUSTO: OPERACIONES CON TRADING COMPANIES; INCREMENTO DE EXPORTACIONES, FUNDACIÓN CENTRO DE ESTUDIOS DE COMERCIO, INFORME TÉCNICO, RÍO DE JANEIRO, 1980 (92 PÁGINAS).
- CENTRO DE COMERCIO INTERNACIONAL UNCTAD-GATT; CONSORCIOS DE EXPORTACIÓN; GINEBRA 1973 (1985), (319 PÁGINAS).
- CONSTITUCIÓN Y GESTIÓN DE CONSORCIOS DE EXPORTACIÓN; GINEBRA 1973 (158 PÁGINAS).
- COLAICOVO, JUAN LUIS: EXPORTACIÓN, COMERCIALIZACIÓN Y ADMINISTRACIÓN INTERNACIONAL, II EDICIÓN (CORREGIDA Y AUMENTADA), LIMA (PERÚ), 1983 P. 147-148.
- ESTRATEGIA PARA PROMOVER EXPORTACIONES, CICOM-OEA-FGU, S.F., RÍO DE JANEIRO, 1976 (130 PÁGINAS).
- DAEMON DALTON CONSORCIOS DE EXPORTACIÓN CICOM-OEA-FGU, S.F., - RÍO DE JANEIRO, 1977 (159 PÁGINAS).
- EMPRESAS DE COMERCIO EXTERIOR; ED. SULINA BRASIL, PORTO -- ALEGRE 1979 (153 PÁGINAS).
- ELLSWORTH PIT: COMERCIO INTERNACIONAL; 4A. ED., EDITORIAL FONDO DE CULTURA ECONÓMICO, MÉXICO-BUENOS AIRES 1962 (102 PÁGINAS).
- HUNSBERGER, WARREN: JAPAN AND THE UNITES STATES IN WORLD TRADES; HARPER AND ROW PARA EL CONSEJO DE RELACIONES EXTERNAS, NUEVA YORK 1964 (92 PÁGINAS).
- INSTITUTO MEXICANO DE COMERCIO EXTERIOR: MANUAL PARA LA FORMACIÓN Y OPERACIÓN DE EMPRESAS COMERCIALIZADORAS; MÉXICO, 1981 (214 PÁGINAS).
- CURSO DE EMPRESAS DE COMERCIO EXTERIOR; CECI, MÉXICO 1985 -- (250 PÁGINAS).

- REYES PONCE, AGUSINT; ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS (TEÓRICO-  
PRACTICO) 1A. PARTE, EDITORIAL LIMUSA, MÉXICO 1979 (110  
PÁGINAS).
- RODRIGUEZ, JOAQUIN; TRATADO DE SOCIEDADES MERCANTILES, TOMO  
I, 5A. ED., PORRÚA, MÉXICO, D.F., 1982 (493 PÁGINAS).
- TESIS ANCE: ASOCIACIÓN NACIONAL DE CONSORCIOS Y CAMPANAS DE -  
COMERCIO EXTERIOR, MÉXICO, D.F., JULIO 1982 (24 PÁGINAS).
- SEMINARIO DE INVESTIGACION ADMINISTRATIVA -U.N.A.M.- ANÁLISIS  
Y PROPOSICIÓN DE UNA ORGANIZACIÓN BÁSICA PARA UN CONSORCIO  
DE EXPORTACIÓN; S.F. (90 PÁGINAS).
- ULLMAN ROMERO, ROBERTO: ESTRUCTURAS EMPRESARIAS PARA EL COMERCIO  
INTERNACIONAL, EDICIÓN DE PALMA, BUENOS AIRES, 1984 (99 PA  
GINAS).
- WITKER, JORGE; PEREZNIETO, LEONEL; ASPECTOS JURÍDICOS DEL CO-  
MERCIO EXTERIOR DE MÉXICO, UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA  
DE MÉXICO, EDITORIAL NUEVA IMAGEN, SEGUNDA EDICIÓN, MÉXICO  
1980 (220 PÁGINAS).