

300602

38

29



Universidad La Salle

**Escuela de Contaduría y Administración
Incorporada a la U.N.A.M.**

**ESTRUCTURA Y OPERATIVIDAD DE LAS EMPRESAS
DE COMERCIO EXTERIOR**

Seminario de Investigación Administrativa

Que para obtener el Título de
Licenciado en Administración
p r e s e n t a n

**MA. DE LOURDES DE LA PARRA JUAMBELZ
MA. ISABEL ESCOBAR HERNANDEZ CHAZARO**

México, D. F.

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

1986



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.

I N D I C E

OBJETIVO	I
HIPOTESIS	IV
INTRODUCCION	V
CAPITULO 1: SECTOR EXTERNO DE LA ECONOMIA MEXICANA	
1.1 Evolución de la Balanza Comercial 1980-1985	1
1.2 Plan Nacional de Desarrollo (PND) 1983-1988	7
1.3 Programa Nacional de Fomento Industrial y Comercio Exterior (PRONAFICE) 1984-1988	13
1.4 Programa de Fomento Integral a las Exportaciones - (PROFIEEX)	34
CAPITULO 2: PANORAMA ECONOMICO INTERNACIONAL	
2.1 Países Industrializados	41
2.2 Países en Desarrollo	47
2.3 Comercio Mundial	48
2.4 Prácticas Proteccionistas	52
2.5 Características de las Empresas de Comercio Exterior Internacionales	59
2.6 Empresas de Comercio Exterior en México.	70
CAPITULO 3: TIPOS DE COMERCIALIZACION CONJUNTA	
3.1 Consorcios de Exportación	87
3.2 Trading Companies	88
3.3 Otras Formas	90
CAPITULO 4: LA COMERCIALIZACION CONJUNTA COMO ALTERNATIVA DE EXPORTACION DE BIENES Y SERVICIOS- DE LA PEQUERA Y MEDIANA INDUSTRIA.	

4.1	Características de la Pequeña y Mediana Empresa ante la Exportación.	94
4.2	Principales Objetivos de la Asociación	104
4.3	Ventajas de la Asociación	105
CAPITULO 5: ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL PROPUESTA PARA - UN CONSORCIO DE EXPORTACION		
5.1	Características y Funciones	122
5.2	Incentivos Fiscales para las Empresas de Comercio- Exterior	147
CONCLUSIONES		169
GLOSARIO		173
BIBLIOGRAFIA		180

OBJETIVO

El presente trabajo se ha realizado considerando su utilidad principalmente en los siguientes campos de actividad:

- a) A las empresas con posibilidades de expansión de su mercado, lo mismo que a los funcionarios y empleados que le sirven.
- b) A los estudiantes interesados en cuestiones internacionales, y
- c) A quienes sustentamos este trabajo.

A continuación pretendemos explicar lo anteriormente escrito, dando énfasis a las razones que consideramos fundamentales:

- a') Consideramos que las empresas se benefician al comercializar externamente su producción ya que a través de dicha comercialización, se incrementarán sus ventas con todos los beneficios que esto representa, repercutiendo positivamente sobre los objetivos trazados por la organización. La empresa privada que se aboque a la realización de cierto tipo de actividades, busca, fundamentalmente la obtención de mayores utilidades; y si, la actividad exportadora resultara capaz de satisfacer lo dicho con anterioridad, le proporcionará a las empresas una mayor capacidad de desarrollo. Lo que se vendrá a enriquecer por una mayor captación de divisas que permita no solo la posibilidad de realizar importaciones sino además la solvencia con sus acreedores internos y externos, favoreciendo asimismo un intercambio ventajoso de tec-

nologías aceptadas como eficientes a nivel internacional. Por su parte, el personal que labora en las empresas de comercio exterior, pudiera obtener el beneficio de la actualización y la precisión de objetivos en la materia, al contar con un trabajo como el presente que, aunque modesto, le proporciona bases para una simple y ordenada comprensión de los fenómenos económicos, principalmente aquellos que se refieren al intercambio internacional. Gran parte del rendimiento óptimo de los empleados de una empresa se encuentra basado en el conocimiento que éstos tengan sobre la materia que define su trabajo cotidiano.

b') A los estudiantes les puede facilitar la comprensión de la actividad exportadora, en la medida en que este trabajo pretende reunir los aspectos fundamentales y más recientes de las políticas comerciales en el plano internacional. También, hemos considerado que en "Estructura y Operatividad de las Empresas de Comercio Exterior", se reúnen las citas y documentos bibliográficos mínimos para la comprensión del sector externo de la economía mexicana, y en particular de las empresas de comercio exterior, que orienten al estudiante hacia una investigación selectiva, y

c') Hemos entendido que hacer un trabajo de esta índole nos lleva a organizar, sistematizar y desarrollar en lo futuro los conocimientos sobre el particular que más adelante nos conduzcan a la obtención de realizaciones profesionales que aproveche y genere ideas sembradas en la profesión que esta

Universidad desinteresadamente nos brindó.

HIPOTESIS

Una forma de vincularse a la actual economía que se ha planteado en la presente administración, es la participación en el cambio de la estructura económica a través de la formación y el funcionamiento de empresas de comercio exterior que cooperen en objetivos nacionales tales como: la generación de empleos; de divisas; desarrollo regional; aprovechamiento de los recursos con los que cuenta el país; etc.

Finalmente, los objetivos del comercio exterior no son otros que vincular más estrecha y eficientemente a la sociedad nacional con el resto del mundo. Se trata de lograr un equilibrio del país, de tal suerte que éste brinde al exterior aquello en lo que es más capaz, y que logre de él lo que no producimos con satisfactorios niveles de calidad, volumen y precio, las empresas de comercio exterior pueden ser un instrumento fundamental para el intercambio equilibrado de alternativas.

INTRODUCCION

Uno de los principales problemas que enfrenta nuestro país, es el estancamiento de las exportaciones no petroleras. La recepción económica de los países industrializados, las presiones proteccionistas por parte de esos países, las fluctuaciones de la demanda interna y la tradicional discriminación contra las exportaciones resultante del esquema de protección, son las principales causas que determinan este estancamiento.

En las condiciones descritas, se presentan tanto problemas de carácter coyuntural -la pérdida de mercados-, como de carácter estructural -la reducida vocación exportadora-, especialmente en el caso de los productos manufacturados.

Por lo anterior, hemos dedicado este trabajo al estudio del Comercio Exterior de México, y en particular de las Empresas de Comercio Exterior, tomando en cuenta que el país vive momentos sumamente adversos para la economía que podrán irse solucionando en la medida en que se cuente con empresas eficientes que, además de aumentar la producción y el empleo, generen divisas mediante sus exportaciones, lo cual ayudaría al cumplimiento de los compromisos financieros de la Nación y reforzaría su capacidad para realizar las importaciones necesarias.

La concentración de empresas, a través de Consorcios, constituye una forma de armonizar intereses de las diversas empresas de cididas a aumentar sus operaciones de comercio exterior, que podrían, después de estar bien organizadas, trazar programas de -

VI

exportación a mediano y largo plazo. Los productores mexicanos obtienen singulares beneficios al comercializar sus productos en los mercados del exterior.

Mediante las Empresas de Comercio Exterior los productores internos ven ampliada la demanda de sus productos, sin restringir se solamente al mercado interno, lo que representa mayores niveles de ventas, que a su vez repercute incrementando las utilidades y el ahorro que puede destinarse posteriormente a inversiones productivas, que lo mismo habrán de ampliar la oferta interna de los productos, que los empleos y los ingresos para un buen número de trabajadores mexicanos.

Este tipo de organizaciones desde esta perspectiva, posibilitan el crecimiento económico, (con todas sus repercusiones positivas) lo cual ayudaría al país a salir de la crisis tan severa que hoy lo afecta.

CAPITULO I

SECTOR EXTERNO DE LA ECONOMIA MEXICANA

1.1. EVOLUCION DE LA BALANZA COMERCIAL 1980 - 1985.

Los ingresos por exportaciones totales en 1980 y 1981 han mostrado un alto dinamismo, de 74 y 26.8%, respectivamente, debido principalmente a la mayor producción y exportación de productos de la industria extractiva. Así, las exportaciones de México ascendieron a 15.3 mil millones de dólares (m.m.d.) durante 1980, y solo un año después alcanzaron los 19.4 m.m.d. Tal dinámica de mayores exportaciones sustentadas fundamentalmente en el petróleo, significó para el país un sensible incremento de su capacidad de compra en los mercados mundiales. La mayor capacidad de pago del país, ampliada fundamentalmente por las exportaciones de productos de la industria extractiva, permitió amplias importaciones, sobre todo de insumos y bienes de capital que coadyuvaron al sostenimiento de un elevado crecimiento real del producto interno bruto (PIB) de 8.3 y 7.9% durante 1980 y 1981, respectivamente.

El déficit comercial de 1980 ascendió a 3.2 m.m.d. Las exportaciones totales crecieron a una tasa de 74%, debido sobre todo al dinamismo que sostuvo el sector petrolero de 160.5%, en tanto que el conjunto no petrolero incrementó sus ventas al exterior en forma modesta con un 1.5%. Por su parte, las importa-

Nota: Para facilitar la lectura de la presente sección, las cifras se han cerrado a miles de millones de dólares.

ciones aumentaron en 54.8% respecto a 1979, principalmente en obediencia al dinamismo de la demanda agregada (consumo + inversión) compuesta en buena proporción de insumos y bienes de capital que requirieron tanto el sector público como el privado para llevar a cabo sus programas de inversión.

Hacia 1981, el déficit comercial del país aumentó 15.6% al pasar de 3.2 a 3.7 m.m.d. Dicho saldo negativo se debió fundamentalmente a un crecimiento de 26.9% en las importaciones de manufacturas como consecuencia de los programas de inversión antes aludidos. A su vez, las exportaciones se incrementaron 26.8%. El elemento dinámico de dicho flujo al igual que un año antes volvió a ser el sector petrolero que aumentó sus ventas en 40% respecto a 1980, en tanto que las exportaciones no petroleras disminuyeron 1.4%.

1982

En correspondencia con 1980-81, durante el año en estudio también descendió la tasa de crecimiento de las exportaciones. Este menor dinamismo del crecimiento de las exportaciones, estuvo influido por la menor actividad económica interna (el PIB cayó 0.5%), al tiempo que por las dificultades en el ámbito internacional para la expansión de las exportaciones que se vieron limitadas por la recesión económica de varios países socios comerciales de México. Es decir que además de una menor oferta relativa de exportación, la demanda internacional de productos mexi

canos también perdió impulso.

Por su parte, las importaciones de ese año cayeron en un 37.7% respecto al nivel alcanzado durante 1981. Tal movimiento descendente de las importaciones, simultáneamente a un crecimiento de 9.3% en las exportaciones, dieron lugar a un superávit de la cuenta comercial que ascendió a 6.8 m.m.d.

El superávit de la balanza comercial que se logró en 1982, rompió con la tradición histórica de esa cuenta que durante toda la década anterior, y aún en años más lejanos, había venido siendo deficitaria. Sin embargo, dicho resultado favorable no se debió a un comportamiento óptimo del sector externo de la economía. Por el contrario: fué posible debido a las rígidas medidas impuestas por las autoridades comerciales y financieras del país tendientes a disminuir las importaciones en 7 m.m.d. (aunque resultaron casi 9 m.m.d.), repartido tal descenso en partes iguales entre los sectores público y privado. Asimismo, la menor importación de ese año estuvo influida por la escasez de divisas que a su vez influyó negativamente sobre la entonces muy crítica situación financiera del país, lo mismo que por las repetidas devaluaciones del peso frente al dólar de EUA que dieron como resultado un encarecimiento progresivo, y en ocasiones abrupto de las mercancías del exterior (*).

(*) El promedio anual de paridad cambiaria del peso mexicano con el dólar de EUA es como a continuación se apunta: - -
1980=22.9 P/D; 1981=24.5 P/D; 1982=57.3, o sea que en 1982 la moneda nacional se devaluó 133.9% respecto a 1981.

Las exportaciones petroleras, no obstante que descendieron su dinamismo, continuaron siendo el soporte de las ventas nacionales en los mercados extranjeros. En ese año el país, para sostener sus ingresos de divisas en niveles adecuados, se vió obligado a exportar mayores volúmenes de petróleo crudo que era afectado por presiones a la baja en su precio internacional. Por su parte, las exportaciones no petroleras continuaron decreciendo (-1.5% respecto al año inmediato anterior, en que ya habían disminuido), debido fundamentalmente a la prolongación de la recesión económica en los países industrializados, y a la caída del PIB nacional.

En el año de 1982 se rompió drásticamente el equilibrio del sector externo de la economía, lo que exhibió fehacientemente sus fallas estructurales: el PIB disminuyó 0.5%; el financiamiento externo le fué restringido a México; las exportaciones solo crecieron 9.3% comparadas con las de 1981; el servicio de la deuda obligaba al país a erogar cerca de 11 m.m.d., o sea 23.9% más que un año antes; y las importaciones decrecieron bruscamente, -37.7%, lo mismo que la capacidad para la adquisición de divisas, provocando una paralización o la subutilización de buena parte de la planta industrial nacional por la falta de abastecimientos externos. Paralelamente, la inflación llegaba por primera vez en la historia a 98.8%, amenazando seriamente la débil competitividad internacional de los productos mexicanos, y con ello el futuro ingreso de divisas al país vía exportaciones.

1983 - 1984.

En 1983 y por segundo año consecutivo, el país volvió a contar con superávit en su balanza comercial el cual ascendió a 13.8 m.m.d., duplicándose así el saldo positivo logrado un año antes. Paralelamente la exportación total solo creció 5.1%; aunque ahora movida ésta por el sector no petrolero que creció 32.5%, en contraste con un decrecimiento de 2.9% de las exportaciones petroleras, o sea una caída de éstas últimas cercana a 480 millones de dólares. De tal suerte, el superávit comercial ascendió a 13.7 m.m.d., que resulta de la diferencia entre las exportaciones totales de 22.3 m.m.d., menos las importaciones de solo 8.6 m.m.d. La mayor devaluación del peso frente al dólar de EUA. (*), hizo más competitivos los productos nacionales en los mercados del mundo. Asimismo, la reactivación de las economías industrializadas generó mayor demanda de las exportaciones de México, lo cual se tradujo en un creciente dinamismo de las ventas externas de manufacturas.

No obstante que durante 1983 la reactivación económica internacional llegó a significar un mayor potencial de demanda de bienes y servicios con origen en los países en desarrollo, la contraparte, es decir, el establecimiento de prácticas y medidas

(*) La paridad promedio del peso con el dólar fué de 150.3 en el mercado libre, y de 120.2 en el controlado.

proteccionistas impuestas por el mundo industrializado impidió un crecimiento dinámico del comercio internacional que se desplazó a una tasa promedio de solo 0.5% a lo largo del año. Si a lo anterior se compara el crecimiento relativo de la exportación no petrolera de México, que aumentó 32.5%, podrá observarse que el impulso nacional resultó ser sumamente poderoso dentro de un contexto adverso.

Por su parte, en 1983 correspondió al sector público generar el 77.6% de las divisas comerciales, principalmente a través de exportaciones de productos de la industria extractiva (15.5 m.m.d.), y realizar asimismo el 50% de las erogaciones por concepto de importaciones, fundamentalmente de manufacturas (1.7 m.m.d.) y de productos agrícolas y silvícolas (1.5 m.m.d.). En ese año el sector privado generó 5 m.m.d. por exportaciones manufactureras, y gastó 4.3 m.m.d. por importaciones también de manufacturas. Este rubro se considera deberá mostrar una tendencia a ser superavitario en lo futuro, a partir del año 1986, es decir que el sector privado podrá financiar sus importaciones con recursos provenientes de sus propias exportaciones.

Durante 1984 continuó siendo positivo el saldo comercial de México en un 6.6% por abajo del superávit de 1983. Las exportaciones ascendieron en un 8.0% sobre 1983, al tiempo que las importaciones aumentaron en un 31.6% comparadas con las del año anterior. Dicho incremento de la importación coadyuvó a un crecimiento del PIB que alcanzó un 3.2%. Las exportaciones petroleras crecieron a una tasa del 3.6%, mientras que el conjunto

no petrolero aumentó sus ventas externas con mucho mayor vigor en un 18.4%.

1985

Durante 1985 se registró una disminución de 29% en el saldo positivo de la Balanza Comercial debido a una caída de las exportaciones en 6.5%, simultáneamente a un aumento de las importaciones del 19%.

Las exportaciones descendieron tanto en volúmen como en valor por una menor demanda externa de nuestros productos (de los que destaca el petróleo), a lo que habrá que añadir la disminución de los precios de gran número de materias primas comerciadas internacionalmente.

1.2. PLAN NACIONAL DE DESARROLLO (PND) 1983 - 1988

Por mandato Constitucional, la Planeación en México es hoy día una obligación a cargo del Estado: "El Estado organizará un sistema de planeación democrática del desarrollo nacional que imprima solidez, dinamismo, permanencia y equidad al crecimiento de la economía para la independencia y la democratización política, social y cultural de la nación" 1/. En tal virtud, el --

1/ Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos. Artículo 26. Edición del Diario Oficial, S.G., 1983.

Ejecutivo Federal hizo la presentación del Plan Nacional de Desarrollo 1983 - 1988, el día 30 de mayo de 1983, el que consigna los lineamientos, objetivos y estrategias de política que habrán de regir a la nación, en todos sus órdenes, a lo largo de la presente administración.

En el P.N.D., se hace énfasis en el hecho de que México es un país de abundantes recursos humanos y naturales que son base de una importante fuerza para el desarrollo. La organización de la producción nacional, no obstante sea dependiente y limitada, ha permitido al país contar con un producto bruto altamente diversificado que se encuentra entre los 20 primeros a nivel mundial.

El PND que nos ocupa, se constituye como documento normativo exento de cifras concretas y metas precisas en tiempo y espacio. En su lugar, define los lineamientos y estrategias de acción a seguir, destacando los aspectos cualitativos que requiere la nación en busca de su transformación económica estructural. Dicho Plan se hace obligatorio para las dependencias y entidades de la Administración Pública y Federal. Un rasgo del PND que debe destacarse por su importancia, es el que se refiere a la ubicación de México dentro del concierto de las naciones, de tal suerte que la situación económica mundial incide sobre el país afectando severamente su desenvolvimiento económico. No se trata ya de cerrar las puertas al exterior y componer internamente la casa, sino de vincular más estrecha y eficientemente la economía nacional con la internacional.

En el PND se considera que México posee una estructura industrial altamente diversificada, la cual no sólo es resultado sino además estimulante de inversiones que dan lugar a empleos e ingresos para buena parte de la fuerza de trabajo del país. No obstante, la relación entre inversión, ahorro, empleo, ingreso, oferta y demanda, es poco apropiada para satisfacer los enormes requerimientos de una población en permanente expansión como es el caso la sociedad mexicana. En tal dirección, es cierto que la producción de bienes básicos, a pesar de ser abundante, resulta sin embargo insuficiente en comparación a los niveles de demanda que pudieran permitir a la sociedad en su conjunto elevar sus condiciones de vida en el grado que marca la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos (*).

Durante los años 70, el crecimiento de la economía -que fue sumamente dinámico-, estuvo basado fundamentalmente en el fomento y la expansión de la demanda interna. En correspondencia, la producción de bienes de consumo no prioritarios fue la que se constituyó en puntal de ese crecimiento sostenido, con el agravante de que tal dinámica nunca fomentó el desarrollo de industrias dedicadas a fabricar los bienes de capital y los insumos que se hacían necesarios para esa producción de bienes de consumo, lo cual, inevitablemente, alentó las importaciones manufac-

(*) En el Artículo 123 Constitucional, en su Fracción VI, párrafo 2º, se establece que los "salarios mínimos generales deberán ser suficientes para satisfacer las necesidades normales de un jefe de familia, en el orden material, social y cultural, y para proveer a la educación obligatoria de los hijos".

tureras. Así, gran parte de las industrias establecidas en el territorio nacional, fueron acentuando su participación en la generación del creciente déficit comercial del país que hizo crisis en los primeros años de la década presente. Por su parte, la falta de integración nacional de la producción, condujo a una subutilización, en ocasiones grave, de los recursos naturales con los que cuenta México.

En su conjunto, la industria nacional se muestra francamente de pendiente del exterior, no sólo en lo que toca a su expansión sino incluso en lo relativo a su funcionamiento cotidiano. La producción actual de bienes de consumo, lo mismo que de algunos bienes intermedios y de capital, ha resultado de un proceso de muchos años tendiente a la sustitución de importaciones con des tino en el mercado interno, por demás altamente protegido comer cialmente. Ello ha deprimido los márgenes de competitividad in terna y externa de la economía mexicana, limitando asimismo la capacidad del país para incrementar sus exportaciones no petro-leras. Además, la fuerte dependencia con el exterior ha inhibi do el desarrollo científico y tecnológico de la nación, lo que hace que la sujeción industrial se extienda hasta lo que es la prestación de servicios, rebasando el solo campo de lo mercan-til.

El proceso antes aludido, tendiente a la sustitución de importa ciones de productos de consumo, se ha enfrentado a otro definido por una "desustitución" de las mismas, que se explica median-te un crecimiento de la industria productora de bienes para el

consumo final, simultáneamente a la reducción absoluta y relativa del sector fabricante de bienes de capital e insumos intermedios. En general la producción industrial no ha sido suficientemente competitiva; pero la ha sido aún menos la parte de la economía dedicada a la fabricación de manufacturas modernas. Al respecto baste decir que "en 1970 la participación de las importaciones en la oferta nacional era de 21 por ciento, y para 1980 había aumentado al 31 por ciento, evidenciando una mayor dependencia del crecimiento y de la industrialización en las importaciones. Este fenómeno de "desustitución" tuvo particular relevancia en el sector de bienes de capital y de productos intermedios" 2/.. En otras palabras: los esquemas de protección comercial se abocaron al sobrecuidado de la nueva industria productora de bienes de consumo, dejando de lado la protección del incipiente sector de bienes de capital, lo que hizo que este último tendiera hacia su reducción. El predominio de una lógica comercial de los empresarios por encima de un criterio de fortalecimiento industrial de la nación, provocó que decreciera la oferta de bienes de capital, ya que resultaba mayormente rentable importarlos de países más eficientes en vez de fabricarlos en México con toda la problemática que ello significa (*).

2/ PND. Página 316. Primera Edición de 430 paginas

(*) La sustitución de importaciones de bienes de consumo, en el marco de una política comercial de protección a utilizar, se constituye en una actividad generadora de déficit comercial ya que a través de esa dinámica se realizan importaciones de maquinaria, insumos y refacciones, y en cambio se desatiende la exportación por ser ésta poco competitiva, a la vez de tener asegurado el mercado interno, es decir que se da lugar a un mayor sesgo contra las exportaciones

En síntesis, la planta industrial de nuestros días se enfrenta a una problemática global definida básicamente por la relativamente baja demanda de sus productos resultantes, la sensible escasez de divisas, muy altos endeudamientos externos y financiamientos de fomento poco apropiados. Tal problemática sólo se podrá superar imprimiendo a la economía en su conjunto una transformación estructural.

El PND estipula que el crecimiento económico ahora deberá sustentarse en el equilibrio de tres motores que son: el dinamismo de la demanda interna como consecuencia de políticas tendientes a la defensa y recuperación de los salarios reales y a un crecimiento moderado y realista de los precios, la expansión y diversificación de las exportaciones no petroleras, y la sustitución selectiva y eficiente de las importaciones. Al respecto, "las orientaciones estratégicas son: primera, desarrollar la oferta de bienes básicos; segunda, fortalecer selectivamente la industria de bienes de capital para incrementar el grado de integración de la producción nacional; tercera, vincular la oferta industrial con el exterior, impulsando las ramas con capacidad de generación neta de divisas; cuarta, crear una base tecnológica propia, necesaria para la independencia económica nacional; y finalmente una industria paraestatal eficiente y competitiva que sea importante elemento de apoyo en el desarrollo de las cuatro orientaciones mencionadas.

El vínculo más equilibrado de la economía nacional con la del resto del mundo que se plantea en el PND, aparte de ampliar, di

versificar y armonizar las relaciones comerciales con el exterior, tiene como objetivo el incrementar la generación neta de divisas que permita a México cumplir con sus compromisos financieros internacionales, así como adquirir las importaciones indispensables para el buen funcionamiento de su planta productiva, y la reconstrucción de las reservas internacionales del Banco de México.

1.3. PROGRAMA NACIONAL DE FOMENTO INDUSTRIAL Y COMERCIO EXTERIOR (PRONAFICE) 1984 - 1988

Como consecuencia del PND en el área del fomento de la industria y el comercio exterior, el día 30 de julio de 1984, el Ejecutivo Federal presentó a la opinión pública el PRONAFICE que se constituye en calidad de Programa Sectorial especializado que habrá de regir las acciones fundamentales en la materia, en correspondencia estrecha con la estrategia general del PND en torno al cambio estructural de la economía, y a su mayor capacidad de vinculación con el exterior.

La definición de cambio estructural del PRONAFICE, "conlleva el desarrollo armónico de los tres sectores industriales en que divide a la actividad manufacturera (sector industrial endógeno -SIE-, sector industrial exportador -SIEX-, y sector industrial sustituidor de importaciones -SESI-). La base para el funcionamiento adecuado del PRONAFICE consiste en el reforzamiento de

esos tres sectores, con lo que se evita el falso dilema entre el desarrollo hacia adentro o hacia afuera". 3/

El PRONAFICE define como esencia del cambio estructural, el fortalecimiento de las inversiones productivas que hagan crecer la oferta, con el apoyo de un desarrollo más independiente y adecuado de las bases tecnológicas y científicas del país. En consecuencia, las áreas que poseen una mayor importancia relativa son las que se encargan de fabricar bienes de capital y tecnologías modernas..

Por su parte, el Programa hace notar que no obstante exista real y potencialmente una demanda a nivel mundial de gran variedad de productos que México fabrica, y que además el país cuenta con una política de tipo de cambio adecuada y realista que brinda competitividad a buena parte de la economía, aún con ello la exportación se enfrenta a múltiples obstáculos que le impiden un mayor dinamismo y cobertura. Tal problemática se concreta en la estructura de la oferta, y consiste básicamente en las insuficiencias que se tienen, a nivel macroeconómico, en los renglones tecnológico, de capacitación para la producción, transporte e infraestructura industrial, diseño, empaque y embalaje, calidad, puntualidad, volumen de la producción que no corresponde a economías de escala, y escasez o inadecuados financiamientos de fomento en cuanto a condiciones y montos así como la falta de empresas que se aboquen exclusivamente a la exportación

3/ INCE. Elementos para el Programa Integral de Fomento a las Exportaciones 1985 - 1988. página 4.

ción. Esta deficiencia estructural, se extiende asimismo a los bienes de capital, que no han podido ser fabricados en el país en la cantidad que se requiere, a pesar de la gran demanda sobre los mismos (*) y a que su producción podría constituirse en una actividad sumamente rentable. "En síntesis, por problemas estructurales se entienden los obstáculos que se presentan por el lado de la oferta o de la estructura productiva. La solución de estos problemas requiere, además de las políticas adecuadas de precios relativos y de composición y crecimiento de la demanda, de una estrategia de cambio estructural en la industria y comercio exterior que se concreta finalmente en el fomento directo a la oferta productiva y en cambios a nivel de estructura; los dos elementos determinantes son pues la inversión y el progreso tecnológico. La dirección que asuman estas dos variables (cómo producir más con el mismo capital y trabajo) de termina el cambio en la oferta productiva". 4/

En esencia, el cambio estructural del PRONAFICE no es otra cosa que una mayor eficiencia del trabajo que desemboque en el incremento sensible de la productividad de los procesos industriales. En el impulso a la oferta, se considera que las ramas industriales a fomentar con mayor vigor, deberán ser aquellas que en la

(*) Se calcula que la importación de bienes de capital durante el período 1977-1980, ascendió a cerca de 20 mil millones de dólares, o sea un promedio anual de 5 mil millones.

4/ PRONAFICE. Página 81.

especialidad manufacturera, lo mismo que de bienes e insumos básicos, sean asimismo poseedoras de un alto potencial para realizar exportaciones (*). Se pretende que tales ramas de la industria, lleguen a crecer al doble de lo que ha sido su comportamiento histórico, con base en la utilización de tecnologías mejor adaptadas a la producción y a una mayor capacitación de los recursos humanos. La más armónica y equilibrada relación entre las industrias de diversos tamaños, en el marco de una producción a escala, es decir más eficiente y organizada de acuerdo a la dotación de recursos y a los mercados potenciales, habrán de generar las condiciones para que efectivamente la producción alcance a cubrir los requerimientos de la sociedad en permanente expansión, siendo meta fundamental de una mayor oferta su distribución ampliada, tanto por personas como por regiones, con lo cual el desarrollo podrá beneficiar a mayor número de mexicanos. "En síntesis, la estrategia de ajuste y cambio estructural tiene como objetivo actuar en la estructura productiva por el lado de la oferta rompiendo los cuellos de botella que

(*) El PRONAFICE, en su página 87 establece que "no se pretende de manera alguna definir ni determinar las ramas industriales específicas en las cuales habrán de realizar sus inversiones los particulares quienes pueden optar libremente para participar en una u otra actividad. El Estado solamente toma la decisión, en consulta con los demás sectores, de dar un mayor apoyo y fomento a las actividades que considera prioritarias para el desarrollo autosostenido de la industria".

obstaculizan su desarrollo". 5/

Para el fomento de la industria, el PRONAFICE define su actual tipología para después presentar estrategias tendientes hacia su cambio estructural. Así, divide la industria característica en tres grupos que son:

- i) Sector Industrial Endógeno (SIE), que es el de menor vulnerabilidad con el exterior, es decir el menos dependiente más allá de nuestras fronteras y que por tanto se basa en un esquema que en alta proporción utiliza fuerzas propias, que incluye las ramas industriales de mayor integración nacional de la producción, siendo además el que registra tasas de crecimiento más estables y dinámicas. Dentro del (SIE) se encuentran las ramas industriales fabricantes de varios bienes de consumo no duradero, algunos bienes duraderos y una parte de las industrias dedicadas a la producción de insumos denominados "de amplia difusión". A su vez, este sector es el que se encarga de generar el 72% de las manufacturas, y brinda ocupación al 75% de las fuerzas de trabajo. Su crecimiento histórico promedio de 1970 a 1981 ascendió a 6.3%.
- ii) Sector Industrial Exportador (SIEEX), que siendo un subgrupo del anterior (SIE), es el que se compone de las ramas

5/ Op. cit. Página 82.

de mayor concurrencia a los mercados foráneos, con altos niveles de competitividad, calidad y puntualidad de sus operaciones comerciales. Se encarga de realizar el 38% de las exportaciones manufactureras, principalmente de bienes de consumo no duraderos y marginalmente de insumos de alta difusión. Durante el lapso 1970-80, el (SIEX) logró obtener balanzas comerciales superavitarias en ocasión a que sus exportaciones superaron siempre las importaciones que el sector requirió, y

- iii) Sector Industrial Sustitutivo de Importaciones (SESI), compuesto por ramas industriales que por su insuficiente integración nacional ha participado en menor grado al desarrollo económico del país. El (SESI) contribuye con el 28% de la producción manufacturera, brindando ocupación al 25% de la fuerza industrial de trabajo. Tal sector, no obstante que en algunos casos realiza operaciones de exportación, es en general un grupo importador de insumos y tecnologías.

En lo que hace a la división sectorial de la economía, queda claro que la estructura proteccionista del SIE deberá de reducir gradualmente la protección, siendo el arancel su principal instrumento. Para el SIEX deberá desaparecer el requisito de permiso previo de sus importaciones temporales, es decir las importaciones que se integran a un producto de fabricación nacional con fines de exportación; y finalmente dentro del SESI seguirán funcionando los controles cuantitativos con vigencia temporal.

Por el lado de la exportación, se mantendrá el permiso de llevarla a cabo "en forma permanente para los siguientes artículos: bienes socialmente necesarios, productos cuya comercialización se realiza a través de un canal único; productos que dañan la salud; bienes que se requieren para garantizar la seguridad nacional; especies en riesgo de extinción; artículos sujetos a cumplimiento de convenios internacionales de los que México forma parte y bienes necesarios para la preservación de la ecología mundial". 6/

Posterior a la definición de grupos característicos de la industria, el PRONAFICE centra la atención en lo que deberá ser la estrategia de cambio estructural que, en términos generales, habrá de brindar un mayor apoyo al SIE y al SIEX, en virtud de que éstos requieren de mucho menor nivel de importaciones y por lo mismo poseen capacidad para constituirse en puntales de la generación neta de divisas tan necesarias para la economía nacional. Paralelamente al reforzamiento del SIE y del SIEX, se considera fundamental un mayor fomento del SESI, en forma demasiado selectiva, de tal suerte que ello signifique una mayor integración nacional de la producción en las ramas propias de los otros dos sectores, es decir que la dinámica a que se deberá someter el SESI deberá ser tal que a lo largo del tiempo posibili

6/ Op. cit. Página 123.

te la disminución de las importaciones que hoy día, aunque en baja proporción, les son necesarias al SIE y al SIEEX. Al respecto, deberá ser claro que "La estrategia rechaza el equívoco dilema entre crecimiento hacia adentro, a través de la sustitución de importaciones, o crecimiento hacia afuera mediante el impulso a exportaciones. Al fortalecer los sectores endógeno y exportador mediante la sustitución selectiva de importaciones, se persigue un desarrollo integral del sector industrial en estrecha vinculación con el comercio exterior". 7/

La estrategia específica por sectores establece que del:

i') SIE, se espera una mayor ampliación y consolidación a través de la formación de cadenas productivas dedicadas a la fabricación de bienes necesarios e insumos de amplia difusión. Asimismo, se prevé que este sector incremente su participación en el comercio de exportación con base en una mayor eficiencia interna y en conexión al sistema del sector sustitutivo de importaciones que le permita al SIE depender cada vez menos de las importaciones, incrementar la oferta interna de productos básicos, mejorar su situación tecnológica y coadyuvar de manera importante a la generación neta de divisas.

ii') Como parte del SIE especializado en el comercio exterior,

7/ Op. cit. página 87.

se pretende que el SIEX incremente su rentabilidad con lo cual habrá mayores movimientos de inversión con fines de exportaciones. Tal rentabilidad deberá lograrse a través de una mayor eficiencia productiva, en el marco de una política cambiaria adecuada. También, es previsible que el SIEX se irá ampliando a un ritmo relativamente dinámico por la inclusión de nuevas ramas que empiezan a ser superavitarias. En tal dirección, se espera que a largo plazo el SIEX se integre de industrias preponderantemente de exportación que habrán de ser los pivotes fundamentales de la generación de divisas, es decir que el concepto de exportación marginal o exportación de excedentes deberá cambiarse por el de producción para la exportación. A este sector se habrán de incorporar ramas fabricantes de bienes de capital e insumos intermedios que hubieron de tener su origen en el sector sustitutivo de importaciones, y

- iii') Del SESI se espera que su futuro se base en una selectividad que asegure la sustitución de los renglones correspondientes a insumos estratégicos de amplia difusión, al tiempo que de bienes de capital con fines de completar cadenas productivas que son prioritarias para los SIE y SIEX. La selectividad propia a este sector, habrá de regirse en buena medida por la búsqueda de inversiones que generen oferta con amplio mercado interno y que además resulten viables para la actividad de exportación. En esta

dinámica, el SESI debería sufrir una transformación que lo habilite como importante soporte de los SIE y SIEX.

La transformación del SESI será posible en la medida en que efectivamente se induzca un cambio de la estructura económica, donde la desaparición de una rama del SESI, corresponda la aparición de otra igual en el SIE ó en el SIEX, es decir que permanecerán en el SESI aquellas ramas prioritarias en vías de una mayor eficiencia relativa, que a su vez sea un soporte del SIE y del SIEX; y en cambio dejarán de pertenecer al SESI para formar parte del SIE y del SIEX las actividades que en el cambio estructural logren una mayor y suficiente integración nacional y eficiencia productiva. Esta transformación del SESI en SIE y SIEX significa una alta oferta nacional con amplia cobertura en la producción de bienes, es decir con una mayor diversificación de productos que a su vez forman parte de la materia susceptible de exportación.

Posteriormente a la conceptualización de cambio estructural de la economía, el PRONAFICE discurre sobre la instrumentación de dicho cambio de estructuras a partir de las políticas de protección y de fomento al comercio exterior. El Programa establece que "En el marco del PND se señala que el objetivo central del comercio exterior del país será equilibrar, ampliar y diversificar las relaciones comerciales sobre la base del fomento permanente a las exportaciones de productos no petroleros y de la sustitución selectiva y eficiente de importaciones de bienes intermedios y de capital. Es decir, el reto que enfrenta el co-

mercio exterior de México para el mediano plazo, que comprende el período 1985 - 1988, es lograr que las exportaciones de mercancías tiendan hacia una tasa promedio de crecimiento de entre 5.5 y 6.3%; reducir, mediante una sustitución selectiva, el crecimiento de las importaciones y mantenerla a un nivel de entre 13.3 y 15.7%; y consecuentemente que la balanza comercial registre un superávit con una participación en el PIB de entre 3.7 y 3.9% para que el déficit correspondiente a la cuenta corriente sea cuando más de 0.6 a 0.7% del PIB. Se asegura de esta manera una reducción del coeficiente de importación a oferta de 28% en 1980 a un promedio de entre 20.2 y 21.9% para 1988.

"Para la consecución de estos objetivos se prevén cuatro políticas que inciden directamente en el comercio exterior: racionalización de la protección, fomento a las exportaciones, franjas fronterizas y zonas libres y negociaciones comerciales internacionales. La primera de ellas persigue asegurar el mercado interno para la producción nacional sin reducir el nivel de eficiencia de la misma y utilizar el presupuesto de divisas como un poderoso instrumento. La de fomento a las exportaciones pretende incrementar de manera sostenida la generación neta de divisas y consolidar a un sector exportador manufacturero. La de franjas fronterizas y zonas libres buscará la diversificación de las zonas fronterizas y contribuirá al desarrollo regional. Por último, la de negociaciones comerciales internacionales permitirá contar con elementos legales y operativos, incluyendo las formas no convencionales de comercio exterior, que impulsa-

rán el desarrollo nacional". 8/

De lo anterior resalta por su indiscutida importancia la racionalización de la protección que busca imprimir mayor eficiencia a la planta industrial nacional a través de una competencia justa y equilibrada con los productores foráneos.

El proteccionismo es un instrumento de política económica tendiente a regular la modalidad industrial de un país a través de la utilización de aranceles, permisos previos, precios oficiales, cuotas, etc. Con este instrumento (arancel) se pretende encarecer (mayor protección), o abaratar (menos protección) los productos de importación respecto a los precios vigentes en el mercado interno. Así, si algún país posee una industria incipiente que quiera desarrollar en cierta rama de la producción, pretenderá protegerla disminuyendo o evitando la competencia con productos similares del exterior. De tal suerte, el demandante interno de tales bienes optará por consumir la oferta nacional en lugar de importar mercancías alternativas ya que ello le resultará menos costoso y seguramente más rentable. Posteriormente, el grado de protección irá disminuyendo (racionalización de la protección) conforme crezcan los requerimientos del producto, implicando para el fabricante nacional la necesidad de aumentar su calidad, eficiencia y competitividad para asegu

8/ Op. cit. página 119.

rar su permanencia en el mercado, evitando ser desplazado por oferentes externos que probablemente venda buena calidad a bajo costo.

La protección externa de una economía, o la carencia total de protección, hacen daño considerable a su planta industrial. Proteger demasiado una industria es favorecer la ineficiencia interna en detrimento de los consumidores a quienes se les resta capacidad de adquirir del exterior mercancías de calidad y precio adecuados. El hecho contrario, o sea desproteger la industria, significa favorecer la penetración de productos extranjeros que pueden desplazar, e incluso hacer desaparecer la oferta nacional y con ello la inversión y el empleo, debilitándose la independencia del país ya que quedarían abiertos los cauces para adquirir las pautas de producción y de consumo que no correspondan históricamente a la nación importadora y que refuerzan su dependencia con el exterior.

Bajo el supuesto de que se requiere una mayor intervención directa del Estado en la economía que asegure el funcionamiento de áreas estratégicas, un instrumento valioso de la estructura proteccionista es el tipo de cambio de la moneda nativa frente a los medios de pago internacionales. "La sobrevaluación del peso estimuló las importaciones y el aumento de la protección tuvo el efecto contrario" 9/. En efecto, el tipo de cambio se

9/ Bela Balassa. La Política de Comercio Exterior de México. Revista Comercio Exterior, Vol. 33. No. 3. Marzo de 1983. Página 219.

constituye en herramienta poderosa para reforzar, por un lado, el nivel de la protección, y por el otro el margen de competitividad internacional de la economía: a mayor sobrevaluación de la moneda se facilitará la importación de mercancías ya que, relativamente, se abaratan las divisas; hecho que sugiere ya sea el incremento del nivel de protección, o bien la devaluación de dicha moneda para coadyuvar a la regulación del ingreso de mercancías del exterior al país de esas características. A su vez, la devaluación de la moneda nativa incrementa implícitamente la protección, encareciendo así las importaciones y favoreciendo las exportaciones con base en una mayor competitividad-precio. De todo ello es que el PRONAFICE pretende racionalizar la protección, en un intento por lograr el equilibrio del sector externo de la economía donde sea posible una sustitución eficiente de las importaciones, al tiempo que un mayor fomento de las exportaciones no petroleras. En tal dinámica se suprimirá la protección absoluta o bien el liberalismo a ultranza del comercio internacional: "De aquí que la política adecuada es la de relacionalizar la protección, esto es, de ajustar gradualmente los niveles de protección que permitan un proceso de importación selectiva y coadyuvar a una industrialización eficiente, más competitiva y fomentar las exportaciones. Es fundamental destacar que la protección en el corto plazo estará orientada por consideraciones de balanza de pagos y el combate a las prácticas especulativas. Las de mediano y largo plazo estará guiada por la eficiencia de la planta productiva y por la sustitución selectiva de importaciones, de acuerdo con la disponibili-

dad de divisas" 10/.

El PRONAFICE es claro al señalar que en el plazo inmediato, la nueva estructura proteccionista habrá de liberar del requisito de permiso previo a aquellas fracciones de la tarifa de importación que correspondan a bienes necesarios que no produzca el país, o en su caso a las mercancías que aún fabricadas en México no sean suficientes para atender la demanda correspondiente sobre todo en los renglones de insumos intermedios y bienes de capital. Por su parte, los productos de importación no prioritarios (lo cual no significa que sean suntuarios), habrán de continuar sujetos a permiso previo, en el marco de una política tendiente al cuidado de la planta productiva, el empleo, abasto y ahorro de divisas.

Posteriormente, es decir en el medio plazo y bajo la premisa de que en su transformación estructural la economía habrá logrado una mayor eficiencia y con ello competitividad, la protección dará marcado énfasis al arancel que sin ser inflacionario facilitará la competencia más directa de la oferta nacional con la internacional -en beneficio del consumidor-, y sólo marginalmente se seguirán utilizando los permisos previos que se manifiestan como instrumentos altamente protectores de la industria.

La nueva protección se prevé, irá acompañada de una política realista en lo que toca al tipo de cambio, lo cual deberá coadyuvar a la racionalización de las importaciones paralelamente a un mayor fomento de la exportación no petrolera.

La nueva estructura proteccionista busca promover ramas de la producción que sean intensivas en mano de obra, bajo una adecuada relación entre inversión-puesto de trabajo, dirigida asimismo a la satisfacción de los requerimientos industriales y en general del mercado nacional. Dicha estrategia proteccionista pretende favorecer el desarrollo de las actividades agropecuarias y mineras que más demanden la generación de empleos, fortaleciendo el desenvolvimiento económico regional del país por motivos del mayor arraigo de la fuerza de trabajo a sus lugares de origen.

El aumento de las exportaciones deberá obedecer, en primera instancia, a la obtención de una mayor oferta que se base en la eficiencia productiva. Sin embargo, una más cuantiosa producción no garantiza por sí sola un flujo creciente de mercancías al exterior. Quiere decir que igualmente importante a la oferta ampliada de bienes y servicios, se encuentran la fijación de un tipo de cambio realista que sea flexible según las circunstancias de la economía, financiamientos oportunos, adecuados a las características de cada proyecto y sobre todo competitivos, una estructura proteccionista que aliente constantemente la eficiencia de la planta industrial, y finalmente la revisión a fondo de los mecanismos operativos que faciliten y simplifiquen efec-

tivamente la tramitación obligada en las ventas al exterior. Todo ello deberá sentar las bases de una real expansión de las exportaciones no petroleras hoy tan necesarias para México.

En el PRONAFICE se prevé que deberá seguir el control de cambios -siempre dinámico y ajustado a las determinantes macroeconómicas-, de tal suerte que el Estado continúe asegurando un uso de las divisas en correspondencia a las prioridades nacionales. Asimismo, la política de desliz devaluatorio deberá permitir hasta el largo plazo un valor realista de nuestra moneda de acuerdo al comportamiento de la inflación, las tasas de interés internas y externas, y de las cuentas comerciales y corriente de la balanza de pagos.

Los financiamientos a la exportación deberán dirigirse a todas las modalidades productivas que van desde la preinversión (por ejemplo estudios de factibilidad) hasta las actividades propiamente definidas en el campo de la comercialización física de los productos. Este financiamiento no solo se ubica en el plano nacional sino incluso en el panorama internacional, de tal manera que la banca mexicana especializada estará capacitada para apoyar las compras de mercancías nacionales a cargo de importadores extranjeros. Es claro el señalamiento del PRONAFICE en el sentido de que la estrategia financiera deberá atender asimismo aquellos proyectos denominados de alto riesgo y con prolongados períodos de maduración. Tal actitud carente de discriminación enfatiza al objeto sobre el sujeto como el principal motivo para realizar actividades de financiamiento. Por su par

te, destacan las líneas de crédito propias de la banca de segundo piso, es decir aquellas encaminadas a captar recursos del exterior que sirvan a la industria mexicana para realizar sus importaciones temporales, lo mismo que esquemas financieros destinados al fomento de insumos nacionales con destino en la industria maquiladora.

Uno de los problemas mayormente aludidos a que se enfrenta la exportación, es sin duda alguna el que se refiere a la gran cantidad de instancias gubernamentales (crediticias, fiscales, comerciales, etc.) por las que debe pasar el exportador antes de llevar a cabo sus ventas al exterior. Hay quienes sostienen que el número de trámites a realizar en diversas dependencias, asciende a más de cincuenta en una operación aparentemente simple de exportación. Asimismo, la naturaleza del sistema oficial de comercio exterior involucra a gran número de Secretarías con capacidad dictaminadora sobre la materia, lo que resulta en una muralla de obstáculos que se deberán vencer si es que se pretende ingresar un producto mexicano en mercados del exterior. De ello, es claro que considerables volúmenes con potencialidades de exportación han quedado en calidad de intención ya que el burocratismo extremo así lo ha determinado, restándole sensibles recursos a la economía de México. Es por tanto que la simplificación de trámites o administrativa se erige como una de las prioridades definidas por la presente administración, no solo en materia de comercio exterior sino prácticamente para todo el ámbito de la vida nacional.

La formalización de la Comisión Mixta Asesora de Política de Comercio Exterior (COMPEX) ha sido la respuesta gubernamental a la problemática administrativa que durante varios años presionó hacia la depresión de las exportaciones. En dicha Comisión participan la SECOFI, SRE, SHCP, SPP, SEMIP, SARH, SCGF, BANCOMEXT, BM, y STGPR. Por parte del sector empresarial se encuentran: CONCAMIN, CONCANACO, CANACINTRA y CONACEX. (*). Es objetivo de COMPEX la coordinación de los organismos participantes en el comercio exterior, con miras a solucionar -si fuese necesario incluso casuísticamente-, la gama de obstáculos, de toda índole, que pudieren presentarse en la actividad exportadora. Asimismo, tal coordinación arriba aludida, lo que hace es sistematizar las actividades de los sectores público y empresarial, dando como resultado el establecimiento de rutas claras a seguir en materia de ventas nacionales a los mercados foráneos. De la sistematización de actividades, han surgido múltiples concertaciones, de acciones y compromisos entre los sectores, dando pauta a la formulación de programas y proyectos de exportación que

(*) SECOFI = Secretaría de Comercio y Fomento Industrial; SRE = Secretaría de Relaciones Exteriores; SHCP = Secretaría de Hacienda y Crédito Público; SPP = Secretaría de Programación y Presupuesto; SEMIP = Secretaría de Energía, Minas e Industria Paraestatal; SARH = Secretaría de Agricultura y Recursos Hidráulicos; SCGF = Secretaría de la Contraloría General de la Federación; BANCOMEXT = Banco Nacional de Comercio Exterior; BM = Banco de México; STGPR = Secretariado Técnico de Gabinetes de la Presidencia de la República; CONCAMIN = Confederación de Cámaras Industriales de los Estados Unidos Mexicanos; CONCANACO = Confederación Nacional de Cámaras de Comercio; CANACINTRA = Cámara Nacional de la Industria de la Transformación y; CONACEX = Consejo Nacional de Comercio Exterior.

contemplan, por un lado, los requerimientos precisos que del Estado habrán de demandar los empresarios, y por el otro, se especifican no solo las metas de exportación de éstos últimos sino además sus compromisos en cuanto a inversiones, generación de empleos y desarrollo comercial, bajo un esquema calendarizado.

Esta Comisión se ha creado a fin de concertar acciones en materia de comercio exterior entre los sectores público, privado y social.

Corresponde a esta Comisión el análisis y concertación de los programas de exportación para ramas industriales. Una vez puesto en marcha un programa, los beneficios del mismo serán aplicables a todas las empresas que se dediquen a la actividad que cubra el programa correspondiente.

Las empresas de comercio exterior deberán identificar con precisión la problemática a la que se enfrentan para así proponer las soluciones adecuadas que incrementen su eficiencia. Al respecto, se irá afinando un esquema de funcionamiento eminentemente pragmático acorde con los Planes y Programas de nivel nacional, que busque, entre otras cosas, que tales empresas se conviertan en abastecedores externos permanentes y confiables. Asimismo, se plantea la importancia de estas empresas como generadoras de proyectos de inversión encaminados a incrementar la oferta exportable.

De todo lo anterior es que se requiere para el buen logro del PRONAFICE, la utilización y el desarrollo de criterios de selectividad, tanto en la determinación como en la precisión de las

ramas y cadenas industriales en que debe integrarse mayormente la economía del país, para así imprimir creciente eficiencia a la producción que resulte en la ampliación del margen real de competitividad de la actividad industrial en su conjunto. Tal proceso permitirá compatibilizar los objetivos de promover las exportaciones no petroleras, impulsar la productividad, integrar en mayor grado la planta productiva en sectores seleccionados y racionalizar las importaciones lo mismo que lograr su sustitución eficiente. Esta selectividad deberá seguirse definiendo no sólo en función de las posibilidades nacionales, sino además, teniendo en cuenta las tendencias y perspectivas que se lleguen a apreciar en el marco de la economía internacional.

PREVISION PROMEDIO DE LA BALANZA COMERCIAL

1984 - 1988

-en miles de millones de dólares-

	1984	1985	1986	1987	1988	VARIACION 84/88
EXPORTACION						
Petrolera	16.3	16.5	16.6	16.8	17.0	+ 4.3
No petrolera	6.4	7.5	8.7	10.1	11.8	+84.4
EXPORTACION TOTAL	22.7	24.0	25.3	26.9	28.8	+26.9
IMPORTACION	12.0	14.7	16.5	18.5	20.7	+72.5
BALANZA CO- MERCIAL	+10.7	+9.3	+8.8	+8.4	+8.1	+24.3

1.4. PROGRAMA DE FOMENTO INTEGRAL A LAS EXPORTACIONES (PROFIEX)

Después de arrancado el PRONAFICE, la evaluación de sus estrategias sugirió al gobierno federal una revisión del mismo en virtud de que durante el segundo semestre de 1984 la exportación no petrolera declinó su dinamismo. Se establece que "Uno de los retos fundamentales que enfrenta el desarrollo del país es de carácter externo. Implica superar la vulnerabilidad de nuestra economía frente a los cambios de la inestable y convulsionada economía mundial. A ese respecto, la política de fomento a las exportaciones que establece el PRONAFICE; y que ahora se reúne en un todo coherente dentro del PROFIEX, destaca el imperativo de reforzar el actual sector exportador, a fin de satisfacer la demanda externa y los incrementos de la demanda interna, incluidos los abastecimientos a las zonas libres y franjas fronterizas". 11/

De tal suerte, el PROFIEX viene a reforzar la anterior estrategia del PRONAFICE, con la diferencia de que el nuevo documento cuenta no sólo con el marco teórico al que se ajustan variables e instrumentos, sino que además con la experiencia acumulada por los sectores involucrados que se deriva de sus esfuerzos de exportación. El PROFIEX -se plantea- enfatizará sus activi-

11/ Héctor Hernández C. Presentación del PROFIEX.

dades en tres áreas fundamentales a saber: el mayor fomento a las exportaciones no petroleras, la flexibilidad de las importaciones, y finalmente la atención más decidida a las franjas fronterizas y zonas libres buscando los objetivos de una mayor integración de esas regiones con el resto del país, y una más amplia capacidad de respuesta de las mismas en cuanto a generación de divisas y de empleos. Este nuevo Programa lleva en sí sugerencias que lo hacen más práctico en atención a la filosofía pragmática que le dió origen.

Para el logro de su principal objetivo que consiste en un incremento sensible y permanente de las exportaciones diferentes del petróleo, el PROFIEX establece lo siguiente de acuerdo a los campos de actividad (*):

Estrategia

La estrategia del Programa se sustenta en la coordinación de instrumentos y políticas; la concertación de metas, acciones y apoyos; la evaluación y control de resultados. La promoción de exportaciones constituye el punto en el que confluyen los objetivos de las políticas macroeconómicas y sectoriales.

Se ha previsto la instrumentación del Programa como un proceso,

(*) Tomado del PROFIEX

en el que de inmediato se ponen en vigor las acciones e instrumentos que incluye el mismo. En forma permanente se mantendrá la consulta con los sectores social y privado a fin de: continuar la preparación y adecuación de otros instrumentos; efectuar los ajustes legislativos que reclaman una política económica orientada a la promoción de las exportaciones; la continuación de la simplificación administrativa, y el mejoramiento de la infraestructura física y administrativa para la exportación. En esencia, se busca un sistema de incentivos automáticos y pragmáticos que haga rentable la exportación y que permita articular a las empresas medianas, pequeñas y grandes para incursionar en los mercados externos.

Con la instrumentación de este Programa, se deja atrás las fases de planeación y de programación, para entrar a las de ejecución y de realizaciones concretas.

Política de racionalización de la protección.

El proceso de racionalización de la protección contempla dos tipos de medidas que ya se están instrumentando en forma paralela: la eliminación de permisos previos y la reestructuración arancelaria, con el objeto de que en el mediano plazo la estructura de protección se sustente principalmente en aranceles. Esta política no pretende someter a los sectores productivos a un tratamiento de choque, sino seguir un programa de cambio gradual y concertado. La eliminación de permisos de importación seguirá una escala ascendente en la cadena productiva, a partir de ma-

terias primas y productos de baja elaboración hacia bienes de mayor valor agregado.

Fomento a la producción

Se adoptarán medidas para aumentar los bienes que ya se están vendiendo en el exterior: de los que ya se producen y aún no se exportan y la fabricación de aquellos que, al tiempo que sustituyan eficientemente importaciones, concurren desde sus inicios al extranjero.

Se fomentará y apoyará las inversiones necesarias, que deberán iniciarse de inmediato, y se indicarán los pasos en que se aceptará que los productos de exportación los elaboren empresas con mayoría de capital extranjero.

Apoyos Institucionales

I) Empresas de Comercio Exterior

Quedarán agrupadas en una sola figura jurídica los consorcios de comercio exterior y las empresas prestadoras de servicios, para denominarse empresas de comercio exterior.

Se permitirá su asociación con compañías extranjeras de su tipo que estén participando en el mercado internacional, con el compromiso de aumentar el porcentaje de ventas al exterior.

Las instituciones nacionales de crédito podrán participar en las empresas de comercio exterior con capital de riesgo hasta el 50% de las acciones de la emisora, en las con

diciones y el tiempo que fije la Secretaría de Hacienda y Crédito Público.

Se les permitirá realizar importaciones, tanto de productos que utilicen directamente sus socios como de aquellos destinados a la comercialización, en proporción a la generación neta de divisas que realicen y de acuerdo a la lista de productos que se autoricen.

II) Tratamiento fiscal a la exportación

Se continuarán utilizando los instrumentos fiscales ya establecidos y se afinará la operación de otros, a fin de que los productos de exportación reciban los mismos beneficios que en este renglón otorgan otros países y que son aceptados internacionalmente. Entre dichos instrumentos se encuentran: a) costeo directo en productos de exportación, para fines de gravámenes; b) deducción anticipada para efectos del impuesto sobre la Renta, así como la deducción de impuestos por los gastos en el extranjero; 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 tasa cero en el 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.

III) Importación temporal.

Se establecerán "Programas de importación temporal para exportadores", que tendrán las siguientes ventajas:

- a) Además de insumos, se podrá importar temporalmente maquinaria, equipo y herramienta;
- b) Se exentará del pago del 2% mensual de los impuestos para maquinaria y equipo y se ampliarán los plazos de permanencia en el país de los mismos: en maquinaria y equipo se podrá autorizar su importación definitiva;
- c) Se garantizará el interés fiscal sobre la base mínima del valor revolvente de lo importado y se les darán facilidades para cumplir con este requerimiento;
- d) Se deducirá de la importación temporal, los porcentajes de mermas y desperdicios, sin comprobaciones periódicas o de destino específico y podrán enajenarse internamente parte de sus productos, pagando los impuestos correspondientes, y
- e) Se harán más simples y automáticos los trámites de despacho, destrucción fortuita de mercancías, exportación por terceros y manejo de bienes por diferentes aduanas.

IV) Devolución de impuestos al comercio exterior

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.

CAPITULO 2

PANORAMA ECONOMICO INTERNACIONAL

2.1 PAISES INDUSTRIALIZADOS

Transcurridos cinco años de la actual década, puede apreciarse una relativa mejoría de la economía mundial debido principalmente a la recuperación de algunas de las principales naciones industrializadas como Estados Unidos, Canadá, Japón y Europa Occidental. Para los años venideros, las previsiones hacen suponer un continuo crecimiento de la producción de los países industrializados. En efecto, desde 1984 y hasta aproximadamente 1988, el crecimiento real del producto a nivel mundial alcanzará 5% anual, no obstante que algunos países puedan llegar individualmente a tasas anuales de su PIB superiores a esa cifra.

Posteriormente a un período recesivo de aproximadamente tres años que afectó a las economías industrializadas, éstas han disminuido su productividad y eficiencia en el contexto internacional, compitiendo en términos menos favorables con los países en vías de desarrollo. Es por ello que prevalece una marcada tendencia de las naciones avanzadas para subordinar a otras, en desarrollo, a los intereses políticos, económicos y militares propios del primer grupo, principalmente mediante presiones financieras y comerciales, e incluso a través de invasiones territoriales.

Respecto a las prácticas comerciales en el plano mundial, ocupa la atención la mayor protección comercial que las naciones desarrolladas han instrumentado para cuidar sus economías de los efectos internacionales que se derivan de una mayor competitivi

dad relativa de otras naciones, lo cual significa el establecimiento de relaciones económicas y políticas altamente selectivas que resultan discriminatorias para gran número de países.

Por su parte, los severos desequilibrios en la balanza de pagos de algunas naciones industrializadas, han provocado una creciente inestabilidad de los mercados financieros que se manifiesta por un lado, en las restricciones impuestas para el financiamiento a países en desarrollo, y por el otro en los efectos negativos para las economías deudoras debido a las elevadas tasas de interés que causan los empréstitos internacionales contratados. Los países en desarrollo se encuentran seriamente limitados para generar un flujo creciente de divisas sanas, por medio de sus exportaciones, ya que la recesión económica que afectó a las principales potencias consumidoras no ha permitido aún que la demanda se recupere a niveles satisfactorios, además del comportamiento errático de los precios internacionales de las materias primas exportadas por naciones en desarrollo, y del menor consumo de petróleo en los países industrializados. En tal contexto, se hace evidente la necesidad de los países en desarrollo de centrar sus esfuerzos productivos en la sustitución selectiva de importaciones, paralelamente a la fabricación de manufacturas exportables con mayor valor agregado que les permita una creciente generación neta de divisas. Ello deberá incidir favorablemente en el empleo y la distribución del ingreso internos. Al mismo tiempo, tal dinámica los facultará a disminuir su dependencia en el financiamiento externo. De ello re-

sultará, asimismo, una mayor cooperación económica y comercial entre países en desarrollo con tendencia hacia la creciente capacidad de apoyo e intercambio de dichas naciones.

Una de las principales orientaciones de la política económica mundial y del comercio internacional, es la que se refiere a la instrumentación y desarrollo por parte de las principales potencias de estrategias dirigidas a recuperar el control del mercado de energéticos mediante la regulación de la demanda y la formación de reservas estratégicas para asegurar sus consumos; el desarrollo de fuentes alternativas de energía y el mantenimiento de focos de tensión internacional para provocar el reciclaje de fondos de países productores hacia los principales centros de consumo.

Paralelamente, se apunta una tendencia a continuar desarrollando la capacidad de producción de alimentos como instrumento de presión para influir en los países importadores. En ese sentido, es clara la expansión de las actividades de las grandes corporaciones transnacionales que han venido modificando, de acuerdo a sus intereses particulares, las pautas productivas y de consumo de las naciones que reciben a inversionistas extranjeros en el renglón de alimentos.

Asimismo, se espera el desarrollo y perfeccionamiento de sistemas de negociación internacional que permitan dar seguridad a las inversiones extranjeras, en ocasiones por iniciativa de los países en desarrollo como complemento a sus capacidades de generar divisas.

La perspectiva relativamente optimista de una recuperación económica a nivel mundial, se fundamenta sobre todo en el dinámico comportamiento que recientemente han iniciado Estados Unidos, Canadá y Gran Bretaña. No obstante, la situación que hoy se vive, y aquella que se vislumbra para el mediano y largo plazos, estarán caracterizadas por sensibles esfuerzos que los gobiernos tendrán que hacer para superar las deformaciones estructurales que provocó en esas economías la recesión económica de finales de los 70 y principios de la presente década.

El abatimiento de la inflación al interior del mundo industrializado ha sido posible entre otras cosas por la aplicación de políticas monetaristas restrictivas, a la par de una considerable reducción en el precio internacional del petróleo (50%) y de otras materias primas requeridas en los procesos industriales.

Al respecto, algunas de las naciones con menores índices inflacionarios han sido Japón, Alemania, Estados Unidos, Gran Bretaña y Canadá. Por el contrario, corresponde en este grupo a Francia e Italia los mayores niveles inflacionarios, no obstante que tal fenómeno de carestía tiende a disminuir.

Resulta de gran importancia considerar las diversas variables económicas que inciden con mayor peso relativo en el contexto económico de las naciones industrializadas, para así instrumentar estrategias que tiendan a corregir desviaciones estructurales tales como la pérdida de productividad y eficiencia; la caída de la inversión privada; el aún elevado nivel de desempleo; la debilidad de las exportaciones; el descenso de utilidades; el

gasto público deficitario; y la pérdida de poder de negociación internacional por la vía diplomática.

Es un hecho la disminución de la capacidad de los países desarrollados para garantizar la ocupación plena y asegurar un dinamismo creciente y estable para las economías del resto del mundo. Hasta hoy las políticas globales de las principales potencias han favorecido una estrategia económica basada en la instrumentación y el desarrollo de la industria militar y otros campos estratégicos, dejando de lado los rubros de mayor significado social, lo cual ha provocado fuertes tensiones en el contexto internacional.

A últimas fechas la racionalidad en el consumo de energéticos en las principales potencias industriales ha llegado incluso al desplazamiento en el uso intensivo del capital por el mayor aprovechamiento de la fuerza de trabajo, lo cual no necesariamente abate el desempleo y sí repercute disminuyendo la productividad y ampliando los niveles de la capacidad ociosa de las industrias. Tal dinámica, combinada con la menor competitividad internacional de las economías industrializadas ha dado lugar al establecimiento de prácticas proteccionistas que inciden negativamente en el comercio de exportación de los países en desarrollo.

La menor productividad relativa de las economías desarrolladas se ha venido agravando debido entre otros factores a la inferior relación de la inversión por hombre ocupado; a la reducción de las utilidades que genera desconfianza y por tanto disminuye

esa relación de inversión; el nivel real de las tasas de interés que aún en descenso hace poco probable el acceso de las industrias al crédito; y las limitantes y obstáculos que para la actividad productiva se derivan de la cada vez más energética reglamentación ambiental. Asimismo, el menor ritmo de cambios tecnológicos simultáneo a la creciente incorporación de fuerza de trabajo de jóvenes y mujeres sujetos a adiestramiento.

Las elevadas tasas de inflación durante los años 70, activadas en muchos casos por la dinámica ascendente en el precio internacional del petróleo y las políticas expansionistas en lo que concierne al gasto público y la recaudación fiscal, motivaron cambios estructurales negativos en las economías industrializadas de los que destacan la mayor desigualdad en la distribución de los recursos y los ingresos, altas tasas de interés, disminución de la inversión, pérdida de utilidades y el incremento del gasto deficitario de los gobiernos. Este mayor gasto de los gobiernos no siempre estuvo financiado sanamente de acuerdo a los sistemas de recaudación ya que, al disminuir el producto económico, igualmente disminuyeron los ingresos fiscales de los gobiernos por lo cual se incrementaron considerablemente los impuestos al trabajo y a las utilidades, lo mismo que los precios y tarifas de bienes y servicios con origen gubernamental. El proceso inflacionario de las naciones industrializadas repercutió desfavorablemente en los niveles de empleo, ahorro e inversión, afectando las utilidades de las empresas, reduciendo la

competitividad-precio de esas economías y deteriorando sus términos de intercambio en el contexto internacional.

2.2 PAISES EN DESARROLLO

Uno de los rubros económicos que más preocupa a los gobiernos de las naciones en desarrollo, es el que se refiere a las altas tasas de inflación que por varios años han afectado a estos países.

La crisis se ha intensificado por la prolongada debilidad de los mercados de exportación de bienes primarios y manufacturados de las naciones en desarrollo, el deterioro en sus términos de intercambio, las altas tasas de interés asociadas a sus sensibles endeudamientos (*), y por una marcada contracción del financiamiento externo a esos países.

El servicio de la deuda de los países en desarrollo respecto a sus exportaciones de bienes y servicios se calcula en 21.4% durante 1983. A su vez, las estimaciones sobre esta relación para el período 1984-85 hacen suponer que descendió a 14%, debido principalmente a las reestructuraciones de la deuda externa que a últimas fechas han promovido algunos países en desarrollo sumamente presionados; a los ajustes internos de esas economías para evitar en la medida de lo posible que sigan creciendo las

(*) Se calcula que la deuda externa de América Latina alcanza los 360 mil millones de dólares.

deudas con el exterior; y a un mayor dinamismo de las potencias industrializadas que permitan un incremento de las exportaciones de los países en desarrollo.

El incremento en el precio internacional del petróleo durante los últimos diez años ha provocado que se trasladen estos mayores costos a los precios de oferta de las mercancías producidas en las principales potencias industrializadas e importadas por las naciones en desarrollo, significando un deterioro en los términos de intercambio en perjuicio de estas últimas. De ahí la afirmación en el sentido de que el petróleo genera riqueza en el lugar donde se consume y no donde se produce. Por tanto es claro que no siempre ha convenido a los países productores-exportadores de petróleo incrementar el precio internacional del producto, sobre todo cuando se trata de economías dependientes, ya que un mayor costo energético significa asimismo un aumento de precios de los bienes de capital, alimentos e insumos que los países pobres importan de las naciones desarrolladas mayormente consumidoras de energía, lo cual neutraliza e incluso disminuye la afluencia de divisas a los países exportadores de petróleo.

2.3 COMERCIO MUNDIAL

La reactivación económica de las naciones industrializadas lleva consigo la mayor potencialidad en el intercambio económico y comercial en el plano internacional. El crecimiento del comer-

cio mundial deberá ser aún moderado debido sobre todo a la pau latina recuperación económica de las naciones industrializadas, el desarrollo y la instrumentación de esquemas proteccionistas que limitan el dinamismo de las exportaciones de las naciones en desarrollo, y el todavía elevado nivel de las tasas reales de interés en el contexto internacional. El mayor proteccionismo que se prevé en los países industrializados tiene su origen en la reanimación de las economías nacionales que se encuentran afectadas en su eficiencia y competitividad a causa de la prolongada recesión que padecieron durante los últimos años. En tal virtud, cabe la posibilidad de que se incrementen y generalicen las prácticas proteccionistas y que, en consecuencia, disminuya de nueva cuenta el flujo comercial internacional.

El crecimiento que se prevé registrará la economía mundial, prácticamente estará determinado por el dinamismo de las industrias manufactureras en comparación a un estancamiento de las producciones agropecuaria y extractiva, incluyendo al petróleo.

El caso de la caída internacional de los precios del petróleo crudo, se debe fundamentalmente a un abrupto desajuste de la oferta con la demanda, lo cual ha generado amplios excedentes de hidrocarburo en relación al gasto energético de los países industrializados que, por su parte, sufren transformaciones estructurales en el sentido de inscribir un proceso económico que tiende a desplazar recursos a favor de actividades prestadoras de servicios que utilizan un modesto volumen de energía y demás materias primas. Asimismo, "el dinámico sector manufacturero

moderno (microelectrónica, robots industriales, biotecnología, fibras ópticas, tecnología laser, etc.), usa relativamente poca energía y otras materias primas, en tanto que la aplicación de nuevas tecnologías apoya el ahorro y sustitución de estos productos" 12).

A nivel de comercio internacional, los productos agropecuarios han venido perdiendo presencia durante los últimos 20 ó 25 años respecto al volumen total circulado. En efecto, si durante 1963 dichos satisfactores representaron el 20% del comercio mundial, hacia 1983 sólo contribuyeron con el 11%. Por su parte, las industrias extractivas en su conjunto han aumentado su peso relativo, de 26 a 38% en el mismo lapso, debido fundamentalmente al comercio de hidrocarburos que aumentó de 10 a 21%, en comparación a una caída desde 16 a 7% por parte de los productos minerales. Análogamente, las manufacturas se han visto reforzadas al pasar de 54 a 61% del volumen mundial comercializado de 1963 a 1983. La tendencia global que se observa en la estructura del comercio internacional, resta importancia a los productos agropecuarios y mineros, y en cambio enfatiza la participación de las manufacturas y en menor grado de los hidrocarburos.

12/ Manuel Armendariz E. Perspectivas para 1985 en Comercio Exterior. Seminario Anual de la CANACINTRA. Enero de 1985.

ESTRUCTURA FISICA DEL COMERCIO INTERNACIONAL POR
SECTORES

- en porcientos-

	1963	1983	1990
TOTAL	<u>100.0</u>	<u>100.0</u>	<u>100.0</u>
SECTOR AGROPECUARIO	20.0	11.0	5.0
SECTOR EXTRACTIVO:	26.0	28.0	30.0
Minerales	(16.0)	(7.0)	(4.0)
Hidrocarburos	(10.0)	(21.0)	(26.0)
SECTOR MANUFACTURERO	54.0	61.0	65.0

Elaborado con datos del IMCE

Con la disminución de la importancia que vienen presentando las materias primas en el contexto del comercio mundial (con excepción del petróleo), es previsible que éstas continúen con tendencias descendentes de sus precios, lo que afectará severamente a las naciones en desarrollo exportadoras, restando recursos financieros que requieren para sus desenvolvimientos económicos. Además, sabido es que no todas las naciones cotizan sus productos de exportación en dólares de EUA: y si esta divisa continúa sobrevalorándose, el resultado habrá de ser que algunas de las naciones exportadoras de bienes primarios irán perdiendo capacidad de compra en la misma medida en que se aprecie dicha moneda. Finalmente, el agravamiento de las prácticas protec-

cionistas por el mundo industrializado, junto a las drásticas presiones por servicio de la deuda externa, pueden en conjunto hacer imposible el desarrollo económico y social del tercer mundo que, como consecuencia lógica, habrá de estallar en revoluciones violentas. De ahí la importancia de implantar un nuevo orden económico internacional.

2.4. PRACTICAS PROTECCIONISTAS

El proteccionismo comercial, mediante aranceles y otros instrumentos no arancelarios, no sólo es privilegio o acción exclusiva de naciones industrializadas. A este respecto también es cierto que los países en vías de desarrollo utilizan esquemas proteccionistas con fines de cuidar no sólo el nacimiento sino también el funcionamiento y la permanencia de sus aparatos industriales. No obstante, los dos tipos de naciones, es decir las desarrolladas y las subdesarrolladas a pesar de ejercer prácticas proteccionistas, sus causas y sus efectos son tan disímiles como sus propias capacidades económicas. Entendido así, el proteccionismo debería ser más un instrumento de los países débiles que los ayudara a compensar sus desigualdades con el mundo industrializado, y no como en realidad sucede al ser dicho instrumento utilizado en mayor medida por las naciones poderosas frente a los países en proceso de desarrollo. "Más aún, a pesar de que los teóricos de la economía en los países capitalistas desarrollados han aceptado como válida la teoría de las ventajas comparativas y, en consecuencia, el libre cambio como

norma de política comercial, parece que sólo lo recomiendan para los países hoy desarrollados, puesto que la historia muestra que el proteccionismo ha sido la vía por la cual los países industrializados han llegado a serlo. Justamente ahora, cuando el proteccionismo es la práctica más común entre otros países, es cuando se proponen políticas liberalizadoras para el comercio de las naciones subdesarrolladas" 13/.

Se estima que el crecimiento del comercio mundial en buena medida, incide directamente en el crecimiento de la producción; de ahí que resulte tan importante el intercambio comercial internacional.

Durante los años 50 y 60, el buen comportamiento de la producción al interior de las naciones industrializadas, se debió básicamente a un elevado dinamismo de su comercio internacional que estuvo basado en acuerdos multilaterales tendientes a reducir los obstáculos en la penetración de productos de unos países a otros. "Las relaciones comerciales en la última parte del siglo XX son considerablemente más complejas que las que imperaban a mediados del siglo XIX. La interdependencia entre los países ha ido en crecimiento constante y pocos países pueden afirmar que su desarrollo económico no depende del desarrollo de otras naciones" 14/. Sin embargo, el tratamiento comer-

13/ Pablo Rufz Nápoles. El Comercio entre Países Desarrollados y Subdesarrollados. Comercio Exterior, Vol. 31, número 10; octubre de 1981.

14/ Manuel Armendariz E. Discurso pronunciado ante el Seminario Internacional sobre Comercio Exterior y Transporte Marítimo de la UNCTAD. 8 de octubre de 1984.

cial no puede ser igual entre países desarrollados que el realizado por éstos con naciones en desarrollo portadoras de menores capacidades económicas y con ello menores posibilidades de respuesta. De ello es que "en nuestra época es aceptado por casi todos que en las relaciones económicas internacionales tiene - que haber un trato diferente a los países que se encuentran en distintos estados de su desarrollo económico"; se precisa "afirmar el concepto de un trato diferenciado en favor de los países en desarrollo" 15/.

Fue hasta finales de los años 60, durante la Segunda Conferencia de la UNCTAD (*), cuando se alcanzó a materializar el añejo esfuerzo de los países subdesarrollados en cuanto a ser tratados en lo comercial bajo un sistema de preferencias no recíproco y no discriminatorio que, en teoría, debía brindarles amplias facilidades para realizar exportaciones hacia el mundo industrializado, evitando los obstáculos proteccionistas, y que además no condicionaba esos flujos de exportaciones a la necesidad de hacer algún tipo específico de importaciones, es decir un trato comercial diferenciado, no recíproco, en favor de las naciones de menor desarrollo relativo. Dicho sistema de preferencias consiste en disminuir sensiblemente los impuestos de importación al interior de las naciones desarrolladas, de tal suerte que los productos con origen en el Tercer Mundo logaran

15/ Idem.

(*) UNCTAD = Conferencia de las Naciones Unidas para el Comercio y el Desarrollo.

una penetración más accesible a los mercados de destino en tanto estos últimos países obtuviesen mejores niveles de desarrollo. Se entiende que al ingresar un país en desarrollo mayores exportaciones en mercados altamente consumidores, habrá con ello incrementado su obtención de divisas de las que, seguramente, destinará buena parte a importaciones de bienes producidos en los países industrializados y que requieren las economías atrasadas, con lo cual ambos tipos de naciones se verán beneficiadas. Para que se acepte el ingreso de un producto al Sistema Generalizado de Preferencias (SGP), es condición necesaria que provenga de un país de mediana o baja industrialización, y que dicho producto no rebase desde el punto de vista del país otorgante, el 50% de las importaciones totales de dicho país, o un monto de 54 millones de dólares al año.

Aparentemente el SGP daba amplias y perdurables facilidades a las naciones en desarrollo, abriéndoles mayores cauces a sus exportaciones. No obstante, son muchos los productos con origen en el Tercer Mundo que han ido saliendo de dicho sistema por iniciativa de naciones avanzadas que argumentan un mayor grado de desarrollo y eficiencia de las cadenas industriales de naciones en desarrollo fabricantes de los productos expulsados. Es decir que la aplicación del SGP se ha vuelto vulnerable ya que es manejado unilateralmente por los países industrializados de acuerdo a sus propias lógicas y conveniencias. De ahí ha nacido el concepto de "graduación" que no es otra cosa que una afectación al SGP que restringe las importaciones procedentes de

países de desarrollo industrial intermedio, supuestamente portadores de suficientes niveles de competitividad que, por ello, no requieren ya de tratamientos preferenciales. Sobre lo mismo es grave la afirmación en el sentido de que "la experiencia de México muestra que los productos exportados a los que se les ha eliminado de una manera u otra del Sistema Generalizado de Preferencias sólo ha beneficiado a países desarrollados competidores y no a otros países en desarrollo como supuestamente era la intención. En general, las exportaciones mexicanas de esos productos han descendido, en ocasiones considerablemente" 16/. Esto último es debido a que las naciones desarrolladas sostienen entre sí códigos de conducta comercial tendientes a la eliminación de barreras, lo que les dá superioridad en la competencia frente a naciones en desarrollo que en algún renglón han sido retiradas o graduadas dentro del SGP.

Es claro que las prácticas proteccionistas del mundo desarrollado cobran vigor en relación directa a los estados de recesión económica y del desempleo que las afecta. En esa dinámica de proteccionismo creciente puede apreciarse una mayor influencia sobre los gobiernos por industriales y trabajadores en general, que la ejercida a cargo de importadores y consumidores finales; son los productores directos quienes mayor interés muestran por el establecimiento de medidas proteccionistas que los sal-

16/ Manuel Armendariz E. Discurso pronunciado ante el Seminario Internacional sobre Comercio Exterior y Transporte Marítimo de la UNCTAD. 8 de octubre de 1984.

ven de ser desplazados por la competencia internacional, includo el Tercer Mundo.

A su vez, figura como factor destacado del proteccionismo industrial la imposición cada vez más generalizada de derechos compensatorios por las naciones industrializadas en contra de productos con origen en países de desarrollo intermedio. Sucede que, tal como en el caso del acero mexicano, los países subdesarrollados en ocasiones poseen mayores capacidades para fabricar a precios competitivos, lo cual crea amenazas en contra de la planta industrial de las potencias importadoras que pudieran verse desplazadas por la competencia externa. De ello es que los fabricantes en países desarrollados que se enfrentan a tal situación, presionan a sus gobiernos a la aplicación de impuestos compensatorios que disminuyen el atractivo de las importaciones, lo que hacen bajo el argumento, eminentemente unilateral, de que tales ofertas del Tercer Mundo no se sustentan en esquemas productivos efectivamente eficientes, sino en la utilización de amplios subsidios que provocan abaratamientos artificiales o en precios de dumping, lo cual en conjunto constituyen prácticas desleales.

No obstante la imposición de derechos compensatorios a productos de naciones en desarrollo, los exportadores de éstas, por el hecho de no pertenecer al Acuerdo General sobre Aranceles y Comercio (GATT), se ven limitados a utilizar en su favor un criterio normativo del Acuerdo, denominado "Prueba de Daño", que consiste en una investigación bilateral en torno a la estructu-

ra de costos de la oferta con fines de determinar objetivamente, si hay o no la realización de prácticas comerciales desleales y con ello la procedencia en la aplicación de impuestos compensatorios. A este respecto, naciones en desarrollo como México se encuentran en proceso de negociación para utilizar la Prueba de Daño y además afiliarse al GATT.

Las barreras no arancelarias como es el caso de las cuotas de importación, permisos previos, graduaciones, restricciones fitosanitarias, etc, en su conjunto resultan mayormente severas para el intercambio internacional que lo propio por concepto de aranceles ya que, a través del neoproteccionismo, simplemente pueden llegarse a cancelar las oportunidades de un producto, a partir de ciertas circunstancias en ocasiones unilaterales, para su ingreso en los mercados foráneos. Las exportaciones de alguna nación que sólo se enfrenten a obstáculos arancelarios, de uno u otro modo, y por difícil que resulte, seguirán teniendo acceso a los mercados del exterior en la medida que sean portadoras de suficientes niveles de calidad y oportunidad de las entregas; por el contrario, si un producto alcanza a cubrir su cuota de importación, o bien si se le impide la penetración a otro centro externo de consumo con base en la negativa de permiso, por eminente que resulte tal mercancía no obstante se verá imposibilitada a ingresar hasta la satisfacción del demandante externo. El neoproteccionismo resulta así en un sistema de protección a ultranza que ha empezado a agravar la eficiencia productiva de las naciones que lo practican, lo cual se ha tra-

ducido a últimas fechas en un rescate del arancel como instrumento de protección bajo un concepto de racionalización de la misma, tanto en naciones en desarrollo como en países industrializados. El resurgimiento del arancel, se preve, dará lugar a una mayor eficiencia de las industrias nacionales en la medida en que permite la competencia externa, facilitando asimismo la regulación arancelaria de cada país con fines de proteger adecuada y oportunamente, en el grado que se requiera, las industrias seleccionadas que se pretenda desarrollar, es decir que se observa una tendencia a cuidar a través del arancel aquellas industrias estratégicas de cada nación, al tiempo que una dinámica de desprotección arancelaria a la industria poseedora de mayores niveles de eficiencia relativa y competitividad internacional.

2.5 CARACTERISTICAS DE LAS EMPRESAS DE COMERCIO EXTERIOR INTERNACIONALES

A partir del surgimiento de las compañías de comercio exterior, con base en la experiencia japonesa, la aparición de este tipo de empresa ha ido en aumento al constituirse, como elemento dinamizador del proceso exportador, pudiendo citar, entre otras determinantes de su existencia, los siguientes factores:

1. 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;
2. 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;
3. Capacidad para proveer financiamiento y tecnología encauzado al lanzamiento de proyectos de mayor importancia y reorganización de canales de distribución;
 4. Expansión de los recursos externos, a fin de facilitar la entrada de materia prima externa indispensable a los países manufactureros;
 5. Inversiones para facilidades de producción en el extranjero.

EL CASO DE JAPON

En la actualidad, operan en Japón alrededor de 5,600 empresas de comercio exterior, 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% del total de las exportaciones japonesas y el 74% del de las importaciones.

Por el volumen de sus activos, las principales empresas de comercio exterior virtualmente monopolizan todas las actividades comerciales ya que sólo 13 de ellas controlan el 59% de las exportaciones y el 68% de las importaciones del Japón.

Existen 10 empresas que manejan cuando menos 10,000 productos que van desde aviones y barcos hasta alimentos enlatados y ropa. Además, estas empresas no confinan únicamente sus actividades a la comercialización y venta de multitud de artículos. De hecho

juegan un importante papel como coordinadoras de los grupos industriales y frecuentemente tienen acciones de las principales empresas fabriles cuyos productos manejan. De la misma manera, cada empresa de comercio exterior pertenece a algún grupo de empresas a las que, sin embargo coordina cuando el grupo emprende una inversión conjunta y requiere de una promoción única.

Todo lo anterior, demuestra que estas empresas no son nada más comerciales sino también consorcios monopólicos 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 otras empresas en otros países.

Existen por supuesto empresas comerciales muy poderosas y diversificadas en otros países desarrollados, que son muy parecidas 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.

EL CASO DE INGLATERRA

En Inglaterra, entre las empresas más comunes dedicadas al comercio exterior, destacan las conocidas como Trading Companies, siendo su estructura en general muy simple. Basan sus operaciones en contactar exportadores e importadores de diversas partes del mundo, y prácticamente nunca manejan las mercancías. Obviamente, basan sus ingresos en comisiones obtenidas por lo

anterior.

Más completas son las denominadas Export Houses; empresas privadas cuyos orígenes se remontan a las grandes compañías coloniales de los siglos XVII, XVIII y XIX.

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. Así, elaboran la estrategia general de promoción de exportaciones a través de la implementación de los programas, utilizando una gama diversa de servicios, como son los siguientes:

- a) Asesoramiento de mercados potenciales.
- b) Información sobre tarifas, aranceles y regulaciones.
- c) Coordinación de visitas a negocios en el extranjero.
- d) Localización de empresas extranjeras interesadas en proyectos de financiamiento.
- e) Coadyuva a llevar a cabo estudios de mercado de otros países.
- f) Localización de agentes y representantes en el extranjero.
- g) Proporción de información estadística y económica sobre mercados extranjeros.

- h) Apoyo a exportadores en exhibiciones interacionales.
- i) Promoción de eventos, como la Semana Británica, en tiendas de departamentos en países extranjeros.
- j) Organización de misiones comerciales.
- k) Ayuda en la elaboración y difusión de información sobre productos británicos.

Las exportaciones en este país no están sujetas a impuestos, licencias o requisitos especiales con excepción de algunas mercancías. Las funciones de exportación se ven cumplidas con actividades, bien sea de las propias empresas manufactureras, o por el tipo de empresas de comercio exterior descritas, y para las que no es necesario ningún incentivo fiscal para motivar exportaciones; solamente utilizan campañas de promoción.

El único apoyo que tienen estas empresas es el financiero, y son los créditos preferenciales y garantías a contratos de exportación aprobados por el Export Credit Guarantee Department.

EL CASO DE LA REPUBLICA FEDERAL DE ALEMANIA

En la República Federal de Alemania, no existen empresas comercializadoras del tipo Trading House que reciban estímulos fiscales o subsidios como es el caso de otros países.

Al respecto, existen 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. La especialización no sólo se refiere a los productos que comercian, sino a los países con los que comercia. Así, es típico encontrar empresas exportadoras o de comercio exterior alemanas que están dedicadas a negociar con el mercado asiático, otras con el mercado latinoamericano, etc., no queriendo decir con ello que no existan empresas que comercien con un grupo determinado de productos provenientes de cualquier parte del mundo. Estas empresas de comercio exterior son totalmente privadas y no reciben absolutamente ningún apoyo para constituirse; las mismas pueden actuar como importadores y/o como agentes, desempeñándose simultáneamente en ambos aspectos.

Estas empresas se encuentran integradas en diversas asociaciones donde pagan una cuota determinada para gozar de los servicios que les ofrecen, básicamente informativos.

Tales empresas pueden ofrecer servicios como de mercadeo, financiamiento e incluso, tomar el riesgo del negocio en caso de problemas políticos con el país comprador o vendedor.

EL CASO DE FRANCIA

En Francia, las sociedades de comercio exterior y los prestadores de servicio a la exportación, tienen varios tipos de actividad. Algunas compañías reagrupan dos o más de las siguientes actividades:

1. Negociante internacional.

2. Mayorista negociante
3. Concesionario distribuidor
4. Compañía de ingeniería
5. Oficina de compras
6. Agentes
7. Empresas de administración de exportación
8. Corredor

Ninguna de estas actividades proceden de una orientación gubernamental, sino de la situación del mercado y de iniciativas privadas.

Una de las características fundamentales que se destaca al observarse la lista de las más importantes de estas compañías, es la especialización, tanto sectorial como geográfica, así como el esfuerzo realizado por tener una gama completa de productos.

No existen estímulos, facilidades e incentivos por parte del gobierno para fomentar las actividades de comercio exterior.

EL CASO DE LOS ESTADOS UNIDOS DE NORTEAMERICA

Con respecto a los Estados Unidos de Norteamérica, se tiene que la Ley de Empresas de Ventas al Exterior del 18 de Julio de 1984, permite al contribuyente individual y a las organizaciones, el establecimiento de Empresas de Ventas al Exterior (FSC), Foreign Sales Corporation, en cualquier territorio norteamericano a excepción de Puerto Rico, o en algún país extranjero que tenga un acuerdo bilateral o multilateral para compartir la in-

formación sobre impuestos con el Gobierno Norteamericano..

Una empresa de Ventas al Exterior, deberá ser una corporación extranjera con un número no mayor de 25 accionistas y que no tengan acciones preferenciales sobresalientes durante el año de tributación. La empresa de comercio exterior debe tener una oficina fuera de los Estados Unidos o en cualquier territorio posesión de los Estados Unidos, que se aboque a los requerimientos del intercambio de información.

Un aspecto clave en lo relativo a la Ley de Empresas de Ventas al Exterior, es aquel que exime de la tributación americana un mínimo de 16% y un máximo de 32% del ingreso por actividades de comercio exterior de las citadas empresas.

Los accionistas de las Empresas de Ventas al Exterior no pagarán impuestos por los ingresos distribuidos a ellos por éstas, considerados dentro del monto eximido del ingreso por operaciones de comercio exterior.

Para aprovechar esta franquicia, la compañía debe generar ingresos brutos de la comercialización exterior y para lograrlo, deberá incurrir en el exterior por lo menos el 50% de los costos directos totales de las siguientes actividades:

- 1) Publicidad y promoción de ventas.
- 2) Procesamiento de las órdenes del cliente y arreglos en la entrega de bienes de exportación.
- 3) Transporte.
- 4) Procesamiento y transmisión de las facturas finales y el re-

cibo de pago.

5) Asunción de riesgos de crédito.

Por otro lado, la misma ley concede a las Empresas de Ventas al Exterior beneficios de las Normas administrativas de Costeo, que permiten:

- a) Deducir del ingreso de exportación un monto igual al 23% del ingreso gravable derivado de las ventas de exportación por las Empresas de Ventas al Exterior y sus proveedores asociados.
- b) Deducir a las Empresas de Ventas al Exterior una cantidad de ingresos de exportación igual al 1.83 de los ingresos brutos de esas ventas de exportación.

Estas empresas pueden obtener ingresos brutos de las ventas, in intercambio, o arrendamiento de los bienes de exportación. Siendo éstos los que se fabrican, producen, crecen o se extraen de los Estados Unidos, incluyendo los servicios que pueda desarrollar una empresa de comercio exterior, como pueden ser los de ingeniería o arquitectura para proyectos de construcción localizados fuera de los Estados Unidos.

EL CASO DE BRASIL

Las empresas de comercio exterior en Brasil se clasifican en tres modalidades a saber: Cooperativas, Consorcios y Compañías de Comercio Exterior o Empresas comerciales exportadoras -como

se les denomina en Brasil- .

A continuación se señalan las principales características sobre los tipos de empresas de comercio exterior brasileñas.

a) Cooperativas.

Para este tipo de organización se han introducido innovaciones en el régimen jurídico existente que bloqueaba la acción cooperativista. Dichas reformas permitieron que las empresas se organizaran en forma moderna, manteniendo las bases y finalidades de una cooperativa, como son:

- Asociación voluntaria y limitada.
- Variabilidad de capital social.
- No acceso al capital social por parte de extraños a la sociedad.
- Neutralidad política, religiosa, racial y social.
- Posibilidad de ventas en común.
- Registrarse como almacenes generales.

Otra modificación importante fué la de permitir operaciones con terceros y participación en sociedades no cooperativas, lo que les posibilita a adquirir productos de no asociados y proveer bienes y servicios a no miembros.

b) Consorcios.

Son agrupaciones permanentes de productores de bienes y servi-

cios, relativamente pequeños, ya que para el año de 1983 participaron con 150 millones de U.S. dólares, los 50 consorcios existentes en ese año. No tienen una personalidad jurídica propia, sino que adquieren un modelo determinado de estructuración para la representación de empresas industriales con objetivos comunes de penetración en los mercados externos.

c) Compañías de Comercio Exterior (Trading Companies).

Es la asociación de empresas industriales en forma permanente con el objetivo fundamental de realizar operaciones de comercio exterior. Entre los requisitos para su constitución o formación destacan:

1. Registro ante la Cartera de Comercio Exterior del Banco de Brasil (CACEX), y en la Secretaría de la Renta Federal (SRF).
2. Contar con un capital social mínimo de 141,000 Obligaciones Reajustables del Tesoro Nacional (ORTN) equivalentes a enero de 1985 a 1,100,000 U.S. dólares.
3. Exportaciones compensable cada tres años por valor de 10 millones de U.S. dólares anuales.
4. Mayoría de capital nacional para tener acceso a las líneas de créditos preferenciales.

Para el caso de Latinoamérica, éste último tipo de empresas de comercio exterior son las más grandes no solo en su conjunto,

sino también en forma individual, ya que participan de manera importante dentro del comercio exterior de Brasil.

En 1983 aportaron casi 7,000 millones de U.S. dólares, lo que representó el 31.5% del total de exportaciones de Brasil, y en cuanto al porcentaje de productos industrializados se llegó a un 61.3.

2.6 EMPRESAS DE COMERCIO EXTERIOR EN MEXICO

Antecedentes.

En agosto de 1971 el gobierno de los Estados Unidos de Norteamérica estableció un 10% de impuesto a las importaciones para proteger su economía, con lo cual se afectaban 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) siempre y cuando hubiera por parte de las empresas exportadoras, un crecimiento anual de sus ventas externas de por lo menos una tasa del 10%.

Meses antes, los organismos cúpula empresariales, en especial la CONCAMIN, habían presentado un proyecto para constituir empresas comerciales especializadas en comercio exterior en nuestro país, ante los resultados observados en otras naciones y la necesidad apremiante en México de atender la unificación de

objetivos y esfuerzos de quienes participaban ya en la actividad exportadora para tratar de abatir los costos de operación, promover agresivamente las ventas al exterior, buscar la colocación de 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 asegurasen un esfuerzo exportador constante y profesional.

Se consideraba asimismo, que este tipo de empresas permitirían integrar una oferta más organizada ya sea por línea de productos similares, complementarios 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 dar alicientes para que pudieran iniciar exportaciones un mayor número de empresas por lo que se proponía que se eliminara él en ese entonces existente triple subsidio (*) que se concedía directamente al industrial y prohibía su otorgamiento a cualquier intermediario.

Atendiendo esta propuesta, el Instituto Mexicano de Comercio Exterior, en 1971 solicitó la colaboración de un grupo de exper-

(*) 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 1961 y 20 de junio de 1962, respectivamente.

tos de Japan External Trade Organization (JETRO), a efectos de definir en forma conjunta, el modelo de empresas de comercio exterior para nuestro país, tomando en cuenta su marco económico, de producción y de recursos humanos.

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 con una mayor cantidad de recursos económicos, humanos, y una más amplia variedad de productos para hacer factible que agentes de ventas mexicanos visitaran 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 (*) a la empresa de comercio exterior equivalente al 4% del monto LAB (Libre a Bordo), siempre y cuando varios industriales se agruparan en una empresa de comercio exterior especializada, para manejar más eficientemente las exportaciones. Dicho beneficio fiscal se utilizaría para cubrir los gastos de operación (promoción y administración).

Debido a que el acuerdo publicado en el Diario Oficial de la Fe

(*) Denominado posteriormente como EXTRACEDI con el propósito de diferenciarlo del CEDI original.

deración el 17 de marzo de 1971 no era lo suficientemente 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 cinco 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 de las ventas de exportación en moneda nacional, y fue así como se inicia prácticamente en el año 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.

Respecto a estas últimas regulaciones, se hacen notar los aspectos más relevantes de su funcionamiento en los comentarios siguientes:

El Acuerdo y su respectivo reglamento establecen una serie de lineamientos de orden estructural y requisitos a cubrir para hacerse acreedores al EXTRACEDI..

Dentro de esta legislación se definen dos modalidades de empresas de comercio exterior: a) 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; b) 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, asimismo 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 la 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 LAB 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 40% restante sería aportado por las empresas asociadas.

Asimismo, establecía incrementos mínimos de exportación del 20% para el primer año de operación y de 15% adicional para los próximos 4 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 con que debían contar dichas empresas de comercio exte-

rior:

- Administración a cargo de un Consejo
- Dirección General
- Gerencias o Departamentos de Administración
- Finanzas y Contabilidad
- Promoción y Ventas
- Relaciones Públicas y Legales
- Crédito y Cobranzas
- Mercadotecnia
- Representantes en el exterior

Con el propósito de imprimir dinamismo a las regulaciones en esta materia, se creó en el año de 1977 un mecanismo interno de la Secretaría de Comercio, donde se establecieron ciertos criterios de operación para las empresas de comercio exterior, entre los que destacan:

- La eliminación del denominado candado 60-40% que significaba la utilización del 4% de devolución para sufragar los gastos corrientes hasta por un 60% del presupuesto del programa anual de trabajo de las empresas de comercio exterior, debiendo las empresas asociadas 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 realice la empresa de comercio exterior.
- Asimismo, 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.

- Aumento en el monto del capital social mínimo de la empresa de comercio exterior a 15 millones de pesos.
- En lo que se refiere al incremento anual de exportaciones por parte de las empresas de comercio exterior, éste se fijó en el 15% en términos de U.S. dólares.

En la Miscelánea 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 derogaron 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 de los CEDIS al productor-exportador el 25 de agosto de 1982 y asimismo por las devaluaciones del peso.

Fue hasta el 22 de junio de 1983 cuando en la reunión en la que participaron la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial, el Instituto Mexicano de Comercio Exterior y el Consejo Consultivo del Consejo Nacional de Comercio Exterior (CONACEX), se dió a conocer un nuevo esquema básico de operación de las empresas de comercio exterior así como los principales criterios y bases que sustentan la política y apoyos a dichas empresas, sobresaliendo los siguientes acuerdos:

- 1) Reanudación de la devolución de impuestos indirectos como incentivos a las exportaciones de manufacturas que estas em

presas generaron a partir del 1º de enero de 1983.

- 2) Mantener el estímulo durante 1983 y 1984 como base económica de las empresas de comercio exterior.
- 3) 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.
- 4) Asimismo, para poder alcanzar el anterior propósito los objetivos de las empresas de comercio exterior son el incrementar la captación neta de divisas, comercializar en forma directa un monto creciente de sus exportaciones, desarrollar su estructura física de comercialización internacional, generar oferta exportable, extender sus servicios a un número mayor de empresas en forma gradual y permanente, además de propiciar la especialización de las actividades comerciales.
- 5) Se ratificó como capital social mínimo la cantidad de 15 millones de pesos.
- 6) La operación del esquema se fundamenta en el Programa Anual de Trabajo, como el instrumento esencial para lograr este propósito, al comprender, además de los reglones acostumbrados, el desarrollo de proyectos específicos y metas basadas 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 Instituto Mexicano de Comercio Exterior para:

- Estudiar y dictaminar las solicitudes de apoyo y estímulos para el fomento de las exportaciones de productos, servicios y tecnología.
- Estudiar y proponer estímulos a las empresas de comercio exterior y a otros sistemas de operaciones de comercialización internacional.
- Dictaminar sobre la constitución de empresas de comercio exterior y llevar el registro de las mismas, así como las modificaciones y su estructura.
- Registrar y llevar el seguimiento de los Programas Anuales de Trabajo y de inversión en infraestructura de comercialización internacional presentados por las empresas de comercio exterior.
- Uno de los factores más importantes dentro del citado esquema, es que funcionará con base en una relación de confianza al considerar la información que las empresas de comercio exterior proporcionen, como fundamento de los apoyos y estí-

ESTA TESIS NO DEBE
SALIR DE LA BIBLIOTECA

mulos a los proyectos y de esta manera identificar oportunamente los ajustes que se vayan requiriendo.

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 emitir propuestas de nuevas acciones, de reglas y criterios para la operación de las mismas en el corto y mediano plazo.

Situación Actual.

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).

Los efectos negativos del sesgo antiexportador, originado por la estrategia sustitutiva apoyada en una política inadecuada de protección, por el exceso de presión al desenvolvimiento de la economía interna, por la constante sobrevaluación de nuestra moneda y por otros factores endógenos y exógenos, no sólo afectaron la estructura del sector industrial creando un desequilibrio externo cuyo déficit no es posible ya financiar con las

fuentes tradicionales de ingresos del país; sino que también limitaron drásticamente el desarrollo de las empresas de comercio exterior y las situaron en un ambiente de incertidumbre desde hace más de dos años.

La reglamentación vigente de las empresas de comercio exterior propició -desde su antecedente en marzo de 1971- la identificación y la organización de las empresas industriales exportadoras, la compensación parcial de los efectos negativos del sesgo antiexportador, el desarrollo de experiencia y destreza en el manejo de operaciones de comercio internacional, conciencia exportadora de los productores, generación de divisas para el país, la conformación de una infraestructura comercial y otros beneficios importantes conexos. De esta forma, las empresas de comercio exterior superaron una etapa de arranque que ahora les sirve como plataforma para integrarse con mayores responsabilidades y recursos al proceso de desarrollo de México.

Por otra parte, las limitaciones impuestas por la misma reglamentación a las empresas de comercio exterior, el sesgo antiexportador, la contracción del comercio internacional y las medidas proteccionistas de los países clientes, frenaron el desarrollo de dichas empresas sujetándolas a un esquema limitado de prestación de servicios que ya no responde a las necesidades de los productores, y, aún menos a los requerimientos comerciales y financieros del país.

Analizando de manera más objetiva las limitaciones y problemas a que se enfrentan este tipo de empresas, lo cual impide un desa-

rollo pleno, a continuación se mencionan los más relevantes:

- a) Otra de sus grandes dificultades, ha sido la relacionada con la falta de un mecanismo de apoyo financiero y de garantías que les permita ser sujetos de crédito para las operaciones de exportación. Aunque a principios de 1985 entró en funcionamiento un Programa de Apoyos Financieros (PAF), auspiciado por BANCOMEXT-FOMEX, exclusivo para las empresas de comercio exterior, en la práctica no ha sido lo esperado, ya que considera únicamente las operaciones de exportación en forma directa de las empresas de comercio exterior y los tiempos de resolución han sido lentos. Debe agregarse que es un programa que inicia y pretende responder a los objetivos de este tipo de organización en un corto plazo.
- b) El Impuesto al Valor Agregado es una de las cuestiones fiscales que ha limitado las operaciones de comercialización directa de las empresas de comercio exterior, ya que representa un costo financiero elevado, debido a los plazos inadecuados en que funciona la devolución del mismo.
- c) Como ya ha sido señalado al principio de este tema, debido a las regulaciones y a la incertidumbre de los últimos años en el comercio exterior del país, las empresas de comercio exterior no están en posibilidades de desarrollar programas a mediano y largo plazo, hasta que llegue el momento de una definición por parte del Gobierno Federal en cuanto a su nuevo marco legislativo.

Logros alcanzados.

Cuantitativos:

Con relación a este importante aspecto, presentamos los datos y resultados más relevantes de las empresas de comercio exterior desde su creación en 1972. (*)

En su primer año inician con una base de 84.2 millones de U.S. dólares, pasando a 1,070.7 millones de U.S. dólares para 1984, lo cual representa un crecimiento anual del 97.6%.

Cabe hacer notar que el número de empresas en comercio exterior registradas que estaban en operación en 1972 eran 8; en 1975, 14 y para 1985 fueron 18.

El último registro que se otorgó fue en 1984, siendo éste el número 30, lo que significa que han dejado de operar 12 empresas de comercio exterior que habían obtenido su registro como tales y, que por circunstancias de incumplimiento con los registros establecidos en la legislación, fueron desapareciendo.

Del total de empresas de comercio exterior en operación 18 agrupan aproximadamente a 870 empresas productoras.

Otro renglón que es necesario destacar es el constante crecimiento dentro del total de exportaciones de manufacturas del país, ya que habiendo iniciado con un 12.4% de participación en 1972, para 1984 se alcanzó un 15.3%.

(*) Año prácticamente de inicio de estas empresas en nuestro país.

Cualitativos:

En términos de evaluación histórica de logros, es importante recordar que las empresas de comercio exterior en México han funcionado como instrumentos, a manera de válvula de escape, para compensar los efectos del sesgo antiexportador durante más de 10 años y que simultáneamente han prestado servicios a los productores asociados a la actividad de comercio exterior.

Por lo que respecta al Gobierno Federal, de acuerdo con el PRO NAFICE y sus programas operativos anuales, los resultados a lograr por este tipo de empresas se deben referir al incremento de las exportaciones de los mercados actuales; al desarrollo de nuevos mercados; nuevos productos y nuevos exportadores; a la comercialización directa; al mejoramiento en cuanto a estructura de comercialización y a la generación de oferta expottable por la vía de apoyos institucionales.

Con la relación a los productos que manejan las empresas de comercio exterior como ya se ha mencionado, son exclusivamente hasta este momento las manufacturas, destacando las siguientes industrias:

- Alimentos y bebidas
- Productos químicos y petroquímicos
- Automotriz
- Maquinaria y partes
- Maderera
- Manufacturas diversas

- Siderúrgica y metálica
- Minerales no metálicos
- Del cuero y calzado
- Editorial

El destino de estos productos es básicamente a Norteamérica, Sudamérica y Centroamérica y en un porcentaje menos importante a Europa Occidental, Oriental y Asia.

Para poder tener presencia en los mercados internacionales, las empresas de comercio exterior, independientemente de la participación en eventos internacionales y viajes de promoción, utilizan a un número importante de representantes exclusivos en el exterior en los mercados antes mencionados. Asimismo cuentan con oficinas propias en el exterior, lo que les permite mantener e incrementar sus operaciones.

En concordancia con las políticas y lineamientos enunciados en el PRONAFICE, el objetivo a lograr es desarrollar a las empresas de comercio exterior mexicanas para que coadyuven al cambio estructural requerido, superen sus limitaciones históricas como empresas de servicio y se conviertan en organismos capaces de actuar permanente e integralmente en el comercio exterior, con autosuficiencia operativa y a los niveles competitivos requeridos en los mercados externos.

Asimismo, podemos decir que la política de exportación no se concreta a vender algo en el extranjero; sino también a la presencia integral, estable y sistemática de un país en el exterior como productor, comercializador y proveedor competitivo de bienes

y servicios.

Se trata de concurrir a los mercados externos bajo condiciones equivalentes que permitan competir de tú a tú. No se trata de obtener ventajas, sino de eliminar las desventajas, y permitir que el productor y/o exportador desarrollen su propia y completa tarea exportadora.

El Programa de Fomento Integral a las Exportaciones (PROFIEEX), Subprograma del Programa Nacional de Fomento Industrial y Comercio Exterior (PRONAFICE), 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 estos emitieran al sector comercio sus opiniones y comentarios.

Entre las acciones que comprende el PROFIEEX relacionadas con las empresas de comercio exterior, se atenderá en gran medida a sus inquietudes y necesidades establecidas como sigue:

- 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. A este apoyo financiero se le ha denominado Programa de Apoyo Financiero y de Garantías.
- Recibirán apoyo por parte de la Banca Múltiple.
- Se les autorizará la realización de 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.
- Las entidades del sector público podrán utilizar sus servicios efectuando las licitaciones previas.

Las medidas e instrumentos aludidos son, sin duda, de gran trascendencia para la evolución, desarrollo, fortalecimiento y consolidación de las empresas de comercio exterior mexicanas. Se espera que una vez en operación este Programa de Fomento Integral de las Exportaciones, coadyuve cabalmente a alcanzar el objetivo fijado, es decir:

Que los consorcios de exportación se constituyan en empresas de comercio exterior generadoras netas de divisas, rentables, competitivas y dinámicas; con fortaleza económica y financiera, con capacidad de adoptar los riesgos de la comercialización internacional y propiciadores de una imagen a nivel internacional de proveedores confiables, así como agentes generadores de cambios estructurales en el comercio exterior del país.

CAPITULO 3

TIPOS DE COMERCIALIZACION CONJUNTA

3.1 CONSORCIOS DE EXPORTACION.

Es una asociación permanente de empresas productoras, cuyo objetivo principal es consolidar ofertas de productos y/o servicios nacionales y demandas de productos y/o servicios del exterior. Asimismo este tipo de organizaciones ofrece variadas ventajas para lograr el éxito en un esfuerzo conjunto de comercialización externa, principalmente para la pequeña y mediana industria.

Esta clase de consorcios pueden unirse en forma horizontal; es decir cuando comercializan los mismos productos o servicios, o bien en forma vertical, esto es cuando ofrecen productos o servicios complementarios.

Debido a los problemas que afronta la pequeña y mediana industria, para que éstas participen en el mercado internacional (ya que no poseen recursos financieros suficientes, ni técnicos, lo que por una parte les disminuye el poder de negociación, y por otra les impide proporcionar los servicios exigidos por los consumidores de los países desarrollados, donde se sitúa la mayor demanda), nuevamente una de las soluciones sería la consorciación.

Existen consorcios que se clasifican de acuerdo a las funciones que llevan a cabo, ya sean los consorcios de promoción y servicios, cuyas actividades se limitan a la participación en eventos internacionales, tales como ferias y exposiciones; misiones comerciales; publicación de folletos y catálogos; así como la

prestación de servicios especializados de comercio exterior, trámites gubernamentales; créditos y cobranzas, etc. Por otro lado están los consorcios de compra-venta, cuya actividad principal consiste en comprar en forma conjunta materias primas y otros insumos necesarios para destinarse primordialmente a los asociados, y vender productos y servicios provenientes de los mismos al mercado internacional.

La unión de empresas a través de consorcios, constituye una de las formas de comercialización conjunta para armonizar intereses de las distintas empresas decididas a penetrar o incrementar sus operaciones de comercio exterior, así como lograr en un corto tiempo estar bien organizadas, y elaborar programas de exportación a mediano y largo plazo, dentro de normas y estrategias preestablecidas. Este tipo de sociedades mercantiles representan ventajas tanto para el país como para el industrial.

3.2 TRADING COMPANIES.

Denominadas también como comercializadoras, son empresas comerciales que tienen por objetivo la compra-venta de bienes y servicios destinados al mercado exterior e interior. Asimismo, los productos pueden ser propios o de terceros. En cuanto a la composición de su capital social puede ser de carácter nacional o multinacional y por lo general no se les exige una forma determinada de constitución como sociedad mercantil.

Este tipo de empresas generalmente cuentan con economía propia,

a comparación de otros sistemas de comercialización conjunta -consorcios, agrupaciones, cooperativas, etc.-, que por su naturaleza se limitan a actuar de acuerdo a las empresas productoras que las conforman. Sus acciones están orientadas hacia las actividades de mayor rentabilidad, sin tomar mucho en cuenta el origen de los bienes o servicios a comercializar.

Debido a que sus operaciones están ligadas tanto al mercado nacional o local o internacional, es necesario que cuenten con sistemas de información especializados, que vayan permitiendo detectar las mejores oportunidades de compra-venta, y con ello estar en mejores condiciones de competitividad y oportunidad para las partes involucradas. Así también, es de gran importancia para estas empresas el contar con infraestructura de comercialización internacional que les permita atender diversas funciones, pues es un soporte para la compra-venta, representación mercantil, agenciar operaciones, financiar, prestación de servicios, etc.

Las Trading Companies también poseen condiciones para poder planear y orientar proyectos de comercialización que tiendan al desarrollo comercial. Principalmente pueden influir ventajosamente para el desarrollo de la pequeña y mediana industria, las cuales no tienen dimensión suficiente para alcanzar en forma individual y con sus propios recursos los mercados internacionales.

Cabe destacar que una de las principales ventajas que ofrecen este tipo de organizaciones, es la de hacer factible la llegada,

prácticamente a cualquier mercado, de productos y servicios individualmente considerados, sin que sea necesario el esfuerzo mancomunado de numerosos productores, así como minimizar realmente los riesgos de las operaciones, logrando beneficios indudables de costos para los empresarios que utilizan a las Trading Companies.

No se puede dejar de mencionar también dos de sus principales y más comunes desventajas, como es el hecho de que requieren un alto apalancamiento económico y financiero, no sólo en el principio de sus operaciones, sino más aún en el mediano plazo en que se hace indispensable contar con recursos suficientes y oportunos para poder hacer frente a sus operaciones de comercialización. Una segunda es que se ven frecuentemente en el peligro de abandono o deserciones de sus proveedores tradicionales que una vez establecido un mercado por conducto de las Trading Companies deciden actuar por sí solos, causando serios perjuicios a la organización, ya que ésta invirtió un determinado tiempo y recursos en la apertura o incremento de los mercados.

3.3 OTRAS FORMAS.

Si bien es cierto que los Consorcios y las Trading Companies son las formas de comercialización conjunta más comunes e importantes dentro del comercio internacional, también existen otros mecanismos como son las Cooperativas de Productores; Asociaciones de Productores y las Personas Físicas que participan en el comercio exterior en menor escala, y por lo tanto es conveniente

hacer referencia a ellas, aunque sea en forma limitada.

A) COOPERATIVAS DE PRODUCTORES

Es la asociación permanente de productores, que por lo general son de un mismo producto, o línea de productos de una misma rama de producción, cuyo objetivo principal es generar ofertas y llevar a cabo las acciones promocionales correspondientes para penetrar en los mercados externos o concentrar las compras de materias primas, insumos o productos del exterior para sus asociados. Por sus características estructurales y de gestión, -- persigue un fin social.

Las cooperativas representan un atractivo particular de ser el prolongamiento de empresas individuales, siendo las inversiones en forma colectiva y de propiedad de los socios, quienes participan en la definición de las estrategias comerciales y controlan la ejecución y gestión, por conducto de órganos internos tales como el Consejo de Administración, la Asamblea General y otros de orden fiscalizador.

Cabe hacer notar que no todas las cooperativas alcanzan un grado de organización verdaderamente desarrollado, capaz de constituirse en una concentración para el comercio exterior.

Las cooperativas parecen actuar mejor en el sector primario, especialmente agrícola, correspondiendo la exportación de bienes manufacturados más a las sociedades como los Consorcios y Trading Companies.

Una de las principales ventajas que ofrecen las cooperativas, dentro del comercio exterior, es que pueden hacer posible la comercialización de productos, cuya producción está dispersa, ya sea por el gran número de productores o bien que éstos estén ubicados en áreas o regiones distantes.

Por otro lado, una de sus desventajas radica en el hecho de su poca flexibilidad de adaptación. Además, las cooperativas en áreas distintas a la agro-industria no llegan por lo general a la tecnificación suficiente para poder tener acceso al mercado internacional.

B) ASOCIACIONES DE PRODUCTORES.

Es la agrupación temporal o permanente de productores o de empresas de servicios, que se forman con la finalidad de defender los intereses comunes de sus asociados dentro del mercado nacional que han derivado hacia los mercados externos, mediante el establecimiento de un servicio de exportación -Dirección o Departamento independiente- al que confían las actividades de commercialización internacional.

Las Asociaciones de Productores que existen en el país son primordialmente de productos primarios frescos, que participan activamente en las exportaciones, principalmente orientados al mercado de Estados Unidos de Norteamérica.

C) PERSONAS FISICAS.

Son aquellas que realizan operaciones de exportación e importación en forma directa e indirecta por conducto de contratos de comisión o mediación mercantil. Asimismo son personas que pueden llegar a prestar servicios a las empresas industriales, como es el de gestión de trámites gubernamentales, registros de distinta índole dentro del comercio exterior, consultoría básica, etc. En muy pocas ocasiones, las Personas Físicas pueden llegar a tener una participación importante en operaciones de compra-venta internacional, debido a la falta de recursos e infraestructura. Estas, son personas que por lo general no tienen una estrategia bien definida a seguir, sino que se dedican a sondear diversas oportunidades, llegando a concretar un número muy reducido de ellas.

CAPITULO 4

LA COMERCIALIZACION CONJUNTA COMO ALTERNATIVA DE EXPORTA
CION DE BIENES Y SERVICIOS DE LA PEQUEÑA Y MEDIANA INDUSTRIA

4.1 CARACTERISTICAS DE LA PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA ANTE LA EXPORTACION

CLASIFICACION DE LA PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA

- De acuerdo al criterio del Fondo de Garantía y Fomento a la Industria Mediana y Pequeña de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (FOGAIN), estas empresas se clasifican de la manera siguiente:

<u>EMPRESA</u>	<u>MONTO DE CAPITAL CONTABLE</u>
Pequeña	De \$ 500,000.00 a \$ 15,000,000.00
Mediana	De \$ 15,000,000.00 a \$ 90,000,000.00
Grande	De \$ 90,000,000.00 en adelante

- El Programa para el Desarrollo Integral de la Industria Mediana y Pequeña emitido por la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial, define a estas empresas como sigue:

Se considera Industria Mediana y Pequeña al conjunto de empresas del sector manufacturero de capital mayoritariamente mexicano, que ocupen hasta 250 personas (obreros, técnicos y administrativos), y el valor de sus ventas netas no rebase los - - \$1,100 millones de pesos al año.

Para la aplicación de acciones de fomento dentro del conjunto de estas industrias, se distinguen los siguientes estratos:

MICROINDUSTRIA:

Hasta 15 personas y ventas netas anuales por \$30 millones de pesos.

INDUSTRIA PEQUEÑA:

Hasta 100 personas y ventas netas anuales por \$400 millones de pesos.

INDUSTRIA MEDIANA

Hasta 250 personas y ventas netas anuales por \$1,100 millones de pesos.

Dichos indicadores podrán ajustarse periódicamente, tomando en cuenta los requerimientos de la economía del país.

CARACTERISTICAS

Durante los últimos años, el comercio internacional ha reflejado cambios de trascendental importancia, derivados éstos del crecimiento demográfico, el surgimiento de nuevos medios de comunicación, el desarrollo tecnológico, así como de la creciente tendencia proteccionista de los países desarrollados. Por lo anterior, las empresas exportadoras se ven en la necesidad de una adaptación constante a las nuevas exigencias y una revisión de sus métodos y medios de comercialización.

Mediante la agrupación de pequeñas y medianas empresas exportadoras se adquiere cierta flexibilidad en la comercialización exterior; característica que les facilita el enfrentamiento tanto a cambios coyunturales como estructurales del mercado. De esta forma, puede considerarse que se solucionarían los problemas planteados con la diversificación de los mercados, de acuerdo con la evolución de la demanda, la adaptación del producto a los requerimientos de los mercados compradores y la consolidación de una oferta en el volúmen adecuado para éstos.

PRINCIPALES PROBLEMAS QUE AFRONTA LA PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA

a) TAMAÑO DE LAS EMPRESAS

Este tipo de empresas difieren principalmente en cuanto a su estructura administrativa, ya que en algunos casos, la organización cuenta con una sola persona responsable de la toma de decisiones, mientras que en otros, la dirección es llevada a cabo a través de un consejo administrativo.

Por otra parte, la pequeña y mediana empresa se caracteriza por un uso muy variado de tecnología, sin que pueda establecerse un patrón al respecto, lo que trae como consecuencia una falta de homogeneidad en las características de los productos dentro de una misma línea o gama industrial.

La capacidad de producción individual en este tipo de empresas es bastante reducida como para pensar en exportarla ya que en

la mayoría de los casos está dedicada al abastecimiento de la demanda interna. La agrupación de numerosas producciones pequeñas y medianas puede fácilmente generar un mejor abastecimiento interno y a la vez permitir la creación de excedentes exportables.

b) FALTA DE PREPARACION PARA EL COMERCIO EXTERIOR.

La pequeña y mediana empresa básicamente orienta su producción al abastecimiento del mercado interno, el cual se ve obligado a aceptar condiciones que las mismas le ofrecen tales como calidad, precio, plazos de entrega, etc. En otras palabras, los consumidores están sujetos a la adquisición del producto local en las condiciones impuestas por los fabricantes, y estos a su vez no se ven forzados a mejorar calidad y precio por cuanto no enfrentan competencia alguna debido al grado de proteccionismo del que disfrutaban este tipo de empresarios.

Por lo anterior, las empresas cuentan con personal incapacitado para realizar operaciones de venta en el exterior; influyendo en esto el desconocimiento de idiomas extranjeros, de técnicas comerciales adoptadas en otros países, y de prácticas mercantiles acordes con la modalidad del comercio exterior. En términos generales, no existe dentro de las empresas el suficiente profesionalismo para atacar mercados externos.

c) DESCONOCIMIENTO DE MERCADOS EXTERNOS, ASI COMO DE TECNICAS DE COMERCIALIZACION EXTERNA.

Es frecuente que los pequeños y medianos empresarios desconozcan las ventajas que les puede ofrecer el mercado externo.

Por lo general carecen de visión para enfocarse a aspectos fundamentales que les proporcionarían un beneficio real, como pueden ser los incentivos de una u otra clase brindados por los gobiernos o las ventajas tecnológicas y de estructura productiva derivadas del contacto externo, entre otras.

Con base en lo anterior, muchos empresarios llegan a tener grandes problemas, ocasionados por la selección inadecuada de canales de distribución.

Por otro lado, para lograr una apropiada penetración en el mercado externo, es necesario contar con una adecuada planeación del proyecto y a su vez, el personal a cargo de la realización de éste debe tener la suficiente capacidad y experiencia para obtener una equitativa distribución de costos y beneficios.

d) FALTA DE APOYO INSTITUCIONAL

En numerosos casos, se carece de una adecuada legislación para la creación de asociaciones de exportadores con el objeto de incrementar las exportaciones. Es necesaria la legislación para dotar a los empresarios de mecanismos y marcos legales que permitan su operación, y por otra parte se requiere de la reglamentación de las actividades para evitar el surgimiento de organi-

zaciones estructuradas inapropiadamente para este fin.

En algunas ocasiones, las asociaciones de productores no cuentan con el apoyo financiero adecuado para lograr la competitividad requerida en sus operaciones. Dichos apoyos financieros pueden ser a través de créditos en condiciones ventajosas o mediante el otorgamiento de incentivos directos o indirectos principalmente durante el comienzo del proyecto hasta el momento en que las asociaciones lleguen a ser autosuficientes.

IMPORTANCIA DE LA PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA

Por lo general, en los países de tradición industrial, la pequeña y mediana industria incluyendo la de artesanías, representa alrededor del 45% de la oferta exportable y constituye del 60% al 80% en lo relativo a la capacidad de empleo.

En consecuencia, la pequeña y mediana industria es la mayor generadora de empleos, así como la que destina una mayor y creciente participación de su producción a los mercados de exportación^{*/}. Sin embargo, en términos económicos no es muy significativo dentro del volumen de exportación del país.

Por ello, tomando en cuenta el poderío económico potencial y su poder de negociación en un plano conjunto, una de las alternativas más efectivas de que este sector se convierta en factor de poder real económico y social es la de agruparse en empresas de comercio exterior.

^{*/} Según encuesta efectuada por el Consejo Nacional de Comercio Exterior, A.C. Estudio: "México Potencia Exportadora" -Septiembre de 1983.

VENTAJAS

Por su modo de funcionamiento, sus actividades, su historia y sobre todo por su tamaño, la pequeña y mediana industria conserva una serie de características propias que las diferencian notoriamente de una gran empresa, nacional o multinacional.

Una de las principales características de diferenciación es el tamaño, que a la pequeña y mediana industria le permite adaptarse a los cambios de los mercados internacionales. Sobre todo cuando se desea cambiar la línea de producción, la pequeña y mediana empresa lo puede hacer sin realizar grandes inversiones, mientras que una gran empresa necesitaría invertir tanto en equipos como en personal.

Ahora bien, dentro de una pequeña y mediana industria, todas las decisiones son tomadas por una sola persona, que funge como director y/o fundador de la firma, sin delegar mucha responsabilidad, permitiendo cambiar o ajustar decisiones con una respuesta ágil e inmediata sobre problemas que pueden ser de cambio de política, sobre tecnología o referentes al comercio.

La agrupación de empresas, pequeñas y medianas como se mencionó anteriormente, permite una mayor capacidad de producción, contribuyendo de la misma manera a la creación de nuevos empleos, lo que deriva en una mejor distribución del ingreso.

POLITICAS DE FOMENTO NACIONAL. 17/

La política de fomento para la pequeña y mediana empresa hace hincapié en los beneficios que éstas pueden obtener a través de formas de cooperación y organización, a saber: bolsas de subcontratación, uniones de crédito y centros de adquisición de materias primas en común, y el desarrollo de programas de capacitación gerencial.

Las empresas productoras de básicos se estimulan mediante compromisos de compra para el sistema de distribución del sector público y social. Asimismo, se busca organizar grupos de pequeñas y medianas industrias para atender la demanda captada del exterior, haciéndose acreedoras a asistencia técnica, crédito preferencial y a otros apoyos que se otorgan dentro de los programas integrales de concertación.

La política reguladora consiste en beneficiar la asociación de las empresas con apoyos sobre las formas de cooperación y organización que reúnan a grupos con problemáticas comunes como pueden ser: el auspicio selectivo e integral por tamaño de empresa, región, sector y agente productivo; y utilizar mecanismos de integración horizontal para dar funcionamiento a estas empresas con el resto de las entidades productivas.

Los apoyos tienen por objeto aprovechar las características re-

17/ Plan Nacional de Desarrollo 1983-1988 - Mayo de 1983, y Programa Nacional de Fomento Industrial y Comercio Exterior 1984-1988 - Julio de 1984.

lacionadas con el tamaño de estas empresas y afirmar su potencialidad de acuerdo con el tipo de producción, tecnología y su localización, otorgándose dichos apoyos en base al personal ocupado, valor de la producción y de los activos fijos totales de las pequeñas y medianas industrias en sus distintas ramas. El diseño de los instrumentos de apoyo deberá tener una visión sobre los siguientes criterios: se buscará que los beneficios obtenidos por las empresas repercutan hacia la sociedad; se otorgarán apoyos preferentemente a través de esquemas de cooperación y organización que reúnan a grupos de empresas con características semejantes; se otorgarán apoyos que contengan componentes que propicien el autodesarrollo de la pequeña y mediana industria; y, se establecerá una eficaz coordinación entre las instituciones involucradas en la operación de los instrumentos de apoyo.

Los instrumentos diseñados para respaldar a las pequeñas y medianas industrias obedecen a los objetivos de la política de fomento clasificados en:

- **Financieros.**- Los mecanismos crediticios se orientarán a lograr que la pequeña y mediana industria superen la falta de liquidez y de capital de trabajo y puedan realizar nuevas inversiones. Se ampliará la disponibilidad temporal de capital de riesgo para apoyar proyectos de inversión prioritarios cuya viabilidad económica-financiera esté garantizada.
- **Fiscales.**- De acuerdo a las necesidades y características de la pequeña y mediana industria, se cuenta con un paquete es

pecializado de estímulos fiscales, los que se otorgan a través de sencillos procedimientos.

- Apoyo a la demanda.- Con el desarrollo de bolsas de subcontratación de procesos industriales, la realización de exposiciones de partes, equipos y refacciones que motiven el proceso de sustitución de importaciones, y el desvío creciente hacia el mercado interno de las compras del sector público, se propiciará la demanda. Paralelamente, se apoyará el agrupamiento de este tipo de empresas a fin de que puedan comercializar su producción en forma conjunta en el mercado interno y en el de exportación.
- Al comercio exterior.- Con el poder de negociación del sector público en el comercio exterior se beneficiará a la pequeña y mediana industria. Se fomentará la subcontratación internacional tanto comercial como industrial mediante diversas medidas, apoyándose asimismo la constitución de empresas de comercio exterior y de consorcios de exportación privados.
- A la incorporación de tecnología.- Se promoverá el apoyo tecnológico para modernizar y elevar la productividad de la planta.
- A la adquisición de materias primas.- Mediante un programa específico, se facilitará el acceso al mercado de materias primas por medio de Centros de Adquisición de Materias Primas en Común (CAMP).
- A la capacitación.- Se apoyará el fomento a la capacitación de mano de obra.

4.2 PRINCIPALES OBJETIVOS DE LA ASOCIACION

- a) Presentar al mercado internacional una oferta de productos y servicios en condiciones adaptadas a las exigencias del mercado en cuanto a calidad, cantidad, tiempos de entrega, precios, empaque, diseños, condiciones de venta, etc.
- b) Disminución de los costos de introducción, promoción y comercialización del producto o servicio en el mercado internacional, mediante la distribución de estos costos entre las empresas participantes en la agrupación así como por aquellos instrumentos de apoyo gubernamental existentes, tales como los de índole fiscal, financiero, promocional y administrativos.
- c) Contar con mayor poder de negociación tanto para la compra de materias primas e insumos nacionales o importados, como para el financiamiento requerido para la venta de los productos, consiguiendo de esta manera condiciones generales de compra-venta más ventajosas.
- d) La prestación de servicios especializados tales como: Promoción y Venta; Tráfico; Consultoría; Crédito y Cobranzas; Representación en el Extranjero; Servicios de Comunicación Internacional; Financiamiento, etc.

4.3 VENTAJAS DE LA ASOCIACION

1. PENETRACION 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 explotados gracias al hecho de haberse unido. En una gran parte, las empresas asociadas no habían exportado antes más que a países vecinos o se habían dedicado exclusivamente al mercado interno, o bien efectuando exportaciones en forma pasiva.

La formación de una empresa de comercio exterior da la fuerza, la organización y el personal necesario para abrirse camino en mercados de mayores posibilidades que el interno, pero que presenta también más dificultades de penetración. Además las empresas individuales no habían podido operar anteriormente en otros mercados extranjeros debido principalmente a que sus conocimientos, sus medios financieros y sus técnicas de administración eran limitados. Asimismo, en muchos casos, la dirección de la empresa ni siquiera había estudiado la posibilidad de llevar sus actividades más allá de los mercados inmediatamente visibles.

Una documentación compleja, las disposiciones minuciosas sobre el transporte y la técnica sobre negociaciones en los mercados extranjeros, son elementos que no están al alcance de la mayoría de las empresas industriales y agrícolas de mediana o peque

ña magnitud. Cuando una organización común permite contar con estos elementos, cabe abrirse paso con provecho incluso en los mercados donde hay más competencia.

En suma, mediante una empresa de comercio exterior, una empresa productora puede contar con servicios que le darán la oportunidad de operar en mercados enteramente nuevos.

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 producción de modo que puedan atenderse pedidos de mayor importancia. Tales agrupaciones pueden hacer estudios de mercados en el extranjero para determinar con precisión qué clase de artículos se requieren y adaptar a esas necesidades la capacidad de producción. Esto supone reformar el producto original, cambiar los métodos de producción o incluso pasar a un producto diferente que pueda fabricarse con la maquinaria y equipo de que se dispone.

En muchos casos, esas modificaciones han exigido una adaptación a normas y especificaciones distintas, vigentes en el mercado previsto: por ejemplo, en la corriente eléctrica, los reglamentos de seguridad o los pesos y medidas.

Muchas empresas de comercio exterior utilizan los servicios de especialistas, ya sea como consultores, asesores, o como empleados permanentes. Estos especialistas pueden ayudar a fijar las normas apropiadas y a introducir las modificaciones necesarias para atender las exigencias del mercado extranjero, ya sea en el proceso de producción y/o comercialización.

Puede tratarse, por ejemplo, de diseñadores que modifiquen los modelos de maquinaria o la forma de los artículos para darles una presentación que, conforme a su experiencia, los hará más atractivos en los mercados extranjeros; puede tratarse de expertos en envasado, que se preocupen no solo de presentar los artículos de modo atractivo sino también de garantizar su protección durante la manipulación y el transporte, teniendo presentes las modificaciones climáticas a que estarán expuestos durante el viaje y en el país de destino.

Estos conocimientos técnicos-prácticos y las costosas instalaciones necesarias para lograr resultados óptimos, suelen no estar al alcance de cada empresa independiente y, a menudo, sólo puede disponerse de ellos mediante una empresa de comercio exterior.

3. CONSOLIDACION DE LA OFERTA EXPORTABLE

Muchos mercados sólo pueden explotarse si los proveedores están en condiciones de suministrar un volúmen 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 coordinadamente los pedidos entre los pequeños y medianos proveedores que integran la empresa de comercio exterior, o con terceros.

Las empresas de comercio exterior prosperan atendiendo grandes pedidos y abarcando una amplia gama de productos. Los compradores en gran escala pueden ser las organizaciones estatales de compra, propias de las economías de planificación centralizada, como los países socialistas; las organizaciones centrales de compra de las cadenas de tiendas de Australia, Estados Unidos de Norteamérica, República Federal Alemana, o el Reino Unido; o grandes agencias de importación particulares que proveen a un gran mercado, como las empresas japonesas de importación-exportación o los grandes distribuidores del Reino Unido y los Estados Unidos de Norteamérica.

Por lo general, los compradores no son partidarios de adquirir por separado pequeñas cantidades de productos a proveedores de regiones distantes que trabajan en pequeña escala. Pero si se dirige a ellos una empresa de comercio exterior que aplica en forma sistemática el control de calidad, dotado de adecuada capacidad de producción, y capaz de garantizar las fechas de entrega, esos compradores pueden hacerle pedidos que den trabajo a pequeños y medianos productores durante varios meses.

Lo que suele influir en un comprador no es sólo la calidad o la gran cantidad de productos, sino además la capacidad de la empre

sa de comercio exterior para proveer series completas de artícu los complementarios. Un ejemplo ilustrativo es el de los grandes importadores de refacciones para automóviles quienes optan por no comprar a proveedores diferentes en el extranjero, debido a que las compras por separado implican muchos problemas y gastos y es frecuente además que el importador se encargue del transporte de las mercancías y por eso prefiere coordinar el abastecimiento de piezas reduciendo en lo posible el número de proveedores. De ahí que el agente de ventas de exportación de una empresa que sólo ofrece una de las muchas piezas que necesita el importador suela tener poco éxito, sobre todo si ese vendedor representa a un nuevo fabricante que para respaldar sus ofertas no puede invocar anteriores entregas que acrediten su seriedad.

Una empresa de comercio exterior tiene muchas más posibilidades de obtener sistemáticamente pedidos de un importador extranjero, porque puede coordinar el transporte, concertar garantías comunes para reposiciones, proveer series completas de piezas o jugos de piezas en caso necesario, e incluso lograr que se adopte una sola marca común que convenga a los distribuidores extranjeros. De este modo el importador no tiene que preparar más que un juego de documentos de importación, y su trabajo se simplifica porque trata con una sola organización las cuestiones de precios, reposiciones, fechas de entrega, calidad y condiciones de crédito.

Si un comprador puede obtener de un solo abastecedor una serie

amplia y complementaria de artículos correspondientes a su campo especial de actividades, tal vez se anime incluso a trasladarse al país productor para visitar la sala de exposiciones de la empresa de comercio exterior o las plantas de sus asociados. De ese modo la empresa de comercio exterior puede adquirir una clientela, estrechar las relaciones y organizar operaciones comerciales sistemáticas.

4. DIVERSIFICACION DE MERCADOS

Incrementar el número de mercados en donde pueden tener salida los productos, puede ser sumamente beneficioso para las pequeñas entidades manufactureras que dependen del mercado interno o de un pequeño número de mercados vecinos. Cuantas más fuentes de ingresos tenga un productor -siempre que sus mercados no estén tan diversificados que no pueda atenderlos- tanto menos expuesto estará a las fluctuaciones de la economía en una determinada zona. Una compañía que abastece varios mercados está hasta cierto punto asegurada contra la disminución de las operaciones comerciales cuando la depresión se hace sentir en algún mercado o región. Asimismo, una empresa que adquiere divisas extranjeras está en mejores condiciones de contrarrestar los efectos financieros de la inflación local.

Una empresa de comercio exterior bien organizada, dotada de personal idóneo, debe estar en condiciones de vigilar lo que acontece en los más grandes mercados mundiales, y de centrar su aten-

ción en los que ofrezcan mejores posibilidades para sus productos. Mediante una planeación y utilizando técnicas de investigación de mercado, la dirección de la empresa de comercio exterior estará en condiciones de promover ventas en varios mercados de exportación y de este modo podrá contrarrestar una eventual contracción de las operaciones en el mercado interno o en determinados mercados del extranjero.

Como una empresa de comercio exterior concentra por lo general sus actividades en las exportaciones, su personal estará en mejores condiciones para reaccionar con más rapidez ante cualquier cambio que se produzca en las condiciones del mercado. Si en un mercado comienza a apuntar una depresión, pueden buscarse nuevas salidas en otras zonas. Y si por el contrario, un mercado resulta cada vez más atractivo porque cambian las condiciones económicas o los gustos del consumidor, la empresa de comercio exterior puede intensificar en él su promoción. La flexibilidad con que una empresa de comercio exterior reacciona a los cambios de la demanda en diversos mercados extranjeros en pues, una ventaja importante que sus posibles miembros no deben pasar por alto.

5. REDUCCION DE LAS FLUCTUACIONES ESTACIONALES DE LA ACTIVIDAD COMERCIAL

Las empresas de comercio exterior pueden asimismo sacar ventajas de la contraposición de las estaciones a cada lado del Ecua

Los productores del hemisferio sur que dependen principalmente de las ventas de verano, por ejemplo, pueden dedicar 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. Las empresas de comercio exterior bien organizadas pueden ir incluso más lejos suministrando artículos de lujo, alimentos especiales o artículos para turistas en ocasión de celebraciones o festividades en diversas partes del mundo.

6. PLANEACION A LARGO PLAZO

Debido a la asociación en empresas de comercio exterior, se cuentan con diversas ventajas a las que obedece una planeación a largo plazo, como pueden ser: una sistematización de pedidos para exportación en una agrupación central eficaz; planes futuros con mayor seguridad; aumento de capital con miras a la expansión sobre 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, así como una adecuada contratación y capacitación del personal. Todo esto apoyado por una planeación estratégica que ayude a desu

rollar nuevas aptitudes y procedimientos para poder establecer posibles negocios futuros con nuevos objetivos y misiones operativas, tomando en consideración su infraestructura comercial, así como su organización interna, encaminados a maximizar la eficacia y eficiencia haciendo notar una mayor rentabilidad de sus recursos.

Una planeación estratégica comprende:

- a) Diagnóstico.- Primeramente se debe hacer un análisis de la situación de la empresa de una manera realista para poder evaluar su potencial o deficiencias apoyando o subsanando, respectivamente, en base a la objetividad económica proyectada del mercado.
- b) Pronóstico.- Esto es, una predicción que prevee las posibles situaciones futuras del medio en que se desarrolla la empresa enfrentándose a conflictos y aprovechamiento de los mismos.
- c) Objetivos y Metas.- Para el establecimiento de los objetivos y las metas, se deberán tomar en consideración las siguientes características: deben ser medibles, claros, alcanzables y representar un reto.
- d) Estrategia.- Consiste en determinar el curso de acción más adecuado para la consecución de los objetivos establecidos.
- e) Control.- Se refiere a la comparación de los resultados esperados con los obtenidos, lo cual permite la detección de

posibles desviaciones y a su vez el establecimiento de las medidas correctivas necesarias.

7. POSIBILIDAD DE REDUCIR LOS COSTOS UNITARIOS DE PRODUCCION

Cuando la acción positiva de una empresa de comercio exterior permite acrecentar la demanda general de los productos de sus miembros, de modo tal que éstos tengan 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 nacionales, ya sea obteniendo márgenes superiores de beneficio por artículo o bien mayores beneficios generales por razón del mayor volúmen de ventas.

Este tipo de organizaciones tropiezan algunas veces con el problema de tener que aumentar su capacidad lo bastante para poder atender un mayor número de pedidos, pues suele haber muchos mercados deseosos de comprar artículos de buena calidad a precio equitativo. Para satisfacer esa demanda, puede ser necesario que los miembros de la agrupación tengan que ampliar sus instalaciones de producción.

8. AUMENTO DE LOS MARGENES DE BENEFICIO MEDIANTE MEJORES PRECIOS

La reducción del costo unitario de producción no es el único factor que explica el aumento del margen de beneficio de las empre-

sas cuando éstas se reúnen en una empresa de comercio exterior en vez de exportar sus productos independientemente. Los precios en los grandes mercados de los países desarrollados suelen situarse a más alto nivel que en los mercados locales de los países en desarrollo. 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.

Por ejemplo, la mayor parte de la producción comercializada por la Unión de Cooperativas Hortícolas de Nairobi obtiene precios mucho mejores al vender los productos en países extranjeros que al venderlos en el mercado local. El precio al por menor de un mango de Kenia en el mercado europeo, es unas cuarenta veces mayor que su precio al por menor en el país de origen. Esto determina que las operaciones de exportación sean mucho más ventajosas económicamente, pese a los requisitos más rigurosos que en materia de calidad y envasado deben reunir a los productos de exportación, al costo del transporte y a las comisiones de los importadores.

Estas diferencias de precios en los mercados nacionales y en los mercados extranjeros se observan en muchos de los productos de países en desarrollo, sobre todo en los que se venden en Europa, los Estados Unidos de Norteamérica, Japón y Australia. 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

tas por el extranjero o bien en la participación en eventos internacionales. De esta manera, las empresas miembros aprenden por experiencia directa algunas de las complejidades de la comercialización internacional. Estos viajes son uno de los medios más eficaces de dar a conocer las actividades de exportación al personal directivo de las empresas y pueden acrecentar considerablemente los conocimientos en estas materias especiales de las pequeñas y medianas empresas así como su eficacia.

Entre estos nuevos conocimientos especiales figuran no sólo la negociación directa de operaciones de venta con importadores, agentes y clientes del extranjero, sino también diversos aspectos de la comercialización internacional, tales como el crédito y otras operaciones financieras, los procedimientos de documentación de los envíos, los reglamentos de exportación e importación, los requisitos técnicos en el extranjero, los procedimientos de embalaje y los métodos de manipulación y transporte.

Se reconoce por lo general que la experiencia práctica en comercialización es más útil que una formación exclusivamente académica. Un viaje de ventas organizado por una empresa de comercio exterior no debe compararse con la participación en misiones de ventas conjuntas pues cuando las empresas trabajan de común acuerdo en dichas organizaciones es probable que haya menos rivalidad entre los dirigentes de las empresas afiliadas. Los miembros de la empresa de comercio exterior están más inclinados a aunar sus esfuerzos puesto que están asociados en la misma organización y tienen intereses comunes.

10. INFLUENCIA EN LA MOTIVACION DE LAS EMPRESAS ASOCIADAS

Una acción de comercialización mancomunada de las exportaciones suele ejercer una influencia tangible en la motivación de las empresas asociadas. Después de realizar con éxito 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.

En la mayoría de las fábricas, tanto de países industrializados como de países en desarrollo, el hecho de participar en la producción de artículos de exportación produce un sentimiento de satisfacción y legítimo orgullo por la obra realizada. Una compañía con un comercio de exportación floreciente adquiere prestigio en el país, atrae a los trabajadores más capacitados y sus empleados y funcionarios directivos ponen en sus tareas un mayor interés, lo cual redundará en beneficio de la empresa.

11. MAYOR CAPACIDAD DE NEGOCIACION

Las agrupaciones de comercialización mancomunada pueden facilitar las relaciones entre el Estado y un determinado ramo de la industria. Además, las empresas de comercio exterior 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.

Operando por su cuenta, un productor podría tropezar con obstáculos que le impidan exportar en forma eficiente o rentable. Algunos de esos obstáculos podrían eliminarse mediante una acción oficial. Cuando un conjunto de empresas con problemas análogos se reúnen para llevar a cabo operaciones de exportación, puede ser que sus peticiones, expuestas colectivamente, sean atendidas de modo más eficaz que si se dirigieran a las autoridades separadamente.

12. REDUCCION DE LOS GASTOS DE EXPORTACION

En muchos casos, la principal ventaja de una empresa de comercio exterior consiste en compartir lo que puede denominarse "gastos generales de exportación". Los gastos de mantenimiento de una oficina de exportación (y en algunos casos de las sucursales o representaciones en el extranjero), incluidos los gastos constituidos por los sueldos del personal de gestión, los honorarios de consultores y del personal que realiza los trabajos de investigación, así como los gastos de documentación y administración en general, son sufragados inicialmente por los miembros de la agrupación. Una vez que las operaciones de ésta comienzan a dar frutos, estos gastos se cubren con los beneficios obtenidos en las ventas de exportación. Cada empresa miembro puede así beneficiarse de los servicios especializados de exportación que proporciona la empresa de comercio exterior a un costo que, según sea el número de sus miembros, sólo será una décima o una vigésima parte del que habría tenido que su-

fragar sola si hubiese establecido por su cuenta un departamento completo de exportaciones.

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. También pueden mancomunar sus esfuerzos en una serie completa de actividades de promoción. Al compartir los gastos, la agrupación está en condiciones de mantener personal de ventas en los mercados extranjeros más importantes.

13. EMPRESAS DE COMERCIO EXTERIOR EN LUGAR DE AGENTES DE EXPORTACION.

Gracias a la empresa de comercio exterior, la empresa participante puede ampliar su capacidad de producción, acrecentar considerablemente su cifra de negocios, obtener utilidades de los mejores precios conseguidos en los mercados extranjeros y enriquecer sus conocimientos de los negocios con nuevas y valiosas técnicas comerciales; todo ello a cambio de una comisión sobre las operaciones en que participa, o bien sobre una cantidad fija (Iguala) dependiendo de los servicios que preste.

Realizar exportaciones por medio de una empresa de comercio exterior suele ser preferible a efectuar ventas en el extranjero por conducto de un agente exportador o de una casa comercial. La empresa de comercio exterior es en muchos sentidos una prolongación de las empresas en ella asociadas, ya que por lo ge-

neral la han constituido como entidad propia. Por lo tanto, los miembros percibirán los beneficios que en su caso obtenga la empresa de comercio exterior una vez cubiertos los gastos generales. Normalmente los miembros determinarán la política de la empresa de comercio exterior por medio de su Consejo de Administración o en las condiciones estipuladas en los convenios de participación. Toda mejora de precios que la empresa de comercio exterior pueda lograr, así como la experiencia que adquiera 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 una empresa de comercio exterior.

CAPITULO 5

**ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL PROPUESTA PARA
UN CONSORCIO DE EXPORTACION**

5.1 CARACTERISTICAS Y FUNCIONES.

A través de los capítulos anteriores, se ha pretendido proyectar un panorama general sobre el comercio internacional, su importancia e influencia dentro de la economía del país y lo valioso que resulta la intervención de las empresas de comercio exterior a este respecto.

Por ello, consideramos necesario hacer hincapié en lo referente al beneficio que representa para nuestra economía la ampliación del universo de exportadores incorporando a éste, el extenso grupo de pequeñas y medianas empresas que, en su mayoría, se encuentran aisladas de los mercados externos.

Estas pequeñas y medianas empresas son organizaciones típicamente orientadas al mercado interno, por lo que para hacer posible su transformación en exportadoras, es necesaria la creación de estructuras que les permitan salir al mercado exterior con auto desarrollo, superando las barreras de comercialización que se les presenten, resolviéndose así la problemática de la empresa de pequeño porte en lo que a exportación se refiere.

De acuerdo a lo que se expuso en capítulos anteriores, se ha visto que para que una empresa participe en el comercio exterior de manera exitosa, es necesario que reúna las cuatro características siguientes:

- 1) Capacidad Física de Exportación.- Lo que significa que la empresa tienda a aprovechar al máximo su capacidad de producción.

- 2) Capacidad de competencia internacional.- Esto implica verificar si los costos de la empresa son competitivos con los precios internacionales.
- 3) Capacidad Administrativa de Exportación.- En este punto, se debe verificar la presencia en la empresa de los recursos humanos y financieros necesarios para un esfuerzo de desarrollo de mercados.
- 4) Conciencia Exportadora.- Implica una disponibilidad y un interés mental en los propietarios para exportar.

Generalmente, las pequeñas y medianas empresas adolecen de deficiencias en las cuatro características anteriores, lo que les imposibilita su desarrollo en dicho campo. Es así, mediante la agrupación de empresas de pequeño porte a través de un consorcio de exportación, como se podría contribuir en gran medida a la disolución de las fallas mencionadas ya que, aún cuando es necesario que la empresa por sí sola supere algunas de sus deficiencias y cuente con una producción física a costos compatibles con los precios internacionales para comercializar a través del consorcio, éste último es el que permitirá superar el problema de falta de capacidad administrativa para exportar, transfiriendo la función comercial de la empresa al consorcio.

Por otra parte, es indudable que todo el esquema analítico y conceptual desarrollado por la Administración de Empresas, como disciplina es válido tanto para la empresa doméstica como para la internacional, sometiéndolo en el segundo caso, a las adecua

ciones pertinentes según sea necesario. Los conocimientos desarrollados sobre previsión, planeación, organización, integración, dirección y control, por ejemplo, son perfectamente aplicables en ambos casos. Lo que varía principalmente son aspectos dimensionales y ambientales, por lo que muchas consideraciones que no son relevantes en decisiones locales, adquieren importancia en decisiones internacionales.

Para la organización que desea operar con mercados externos, es necesario que su Dirección se adapte a dos dimensiones nuevas que no son tan vitales para las empresas que operan domesticamente:

- a) Se requiere un mayor nivel de experiencia y sofisticación en el análisis ambiental, y
- b) El hecho de operar en espacios políticos diversos, con políticas económicas diferentes y dinámicas, obligan a una gran flexibilidad y capacidad de adaptación de las políticas de la empresa a los espacios correspondientes; es decir, que la Administración Internacional requiere más sofisticación por la complejidad y sensibilidad de sus operaciones.

En la Administración Internacional, una característica particularmente importante es la planeación estratégica, donde para la selección de una política u orientación básica de largo plazo, es necesario tomar en cuenta ciertos factores, como son: la preferencia de sus directores; las capacidades o restricciones internas; las restricciones ambientales, y las oportunidades existentes.

Normalmente, la estrategia de la empresa contempla variaciones y adecuaciones en las acciones necesarias para su implementación, y dichos cambios reflejan su impacto en cuatro aspectos básicos de la firma, como son la rentabilidad; el crecimiento; la estabilidad y la flexibilidad. Por lo tanto, para que una organización logre sobrevivir en el largo plazo, debe basarse en una selección de estrategias apropiadas bajo un cierto conjunto de circunstancias.

Asimismo, es muy importante que la empresa encuentre un punto de convergencia de intereses, principalmente con los Gobiernos sedes de sus operaciones. Así vemos que existe un interés social protegido por los Gobiernos, y un interés particular perseguido por las empresas que debe compatibilizarse de alguna manera.

Esta relación puede visualizarse en el siguiente esquema:

Objetivos Particulares de las Empresas:

- Maximización de beneficios a largo plazo.
- Ocupación de un espacio en el mercado.
- Subsistencia exitosa como componente del sistema.
- Flexibilidad frente a cambios ambientales.
- Estabilidad Institucional.

Objetivos Sociales de los Gobiernos:

- Crecimiento económico sostenido.
- Estabilidad de precios.
- Movilización y empleo de los recursos.

- Distribución equitativa del bienestar y de la actividad económica.

Otro punto de relevante importancia, es el referente a la estructura organizacional de las empresas, ya que es a través de sus estructuras, procesos integrados por las relaciones que existen entre sus componentes, y los métodos de trabajo que siguen en sus operaciones, como se logra alcanzar de manera sistemática y permanente, la eficiencia en el desarrollo de sus funciones.

En este contexto, debe recordarse que el diseño de una estructura de organización debe hacerse siempre lo suficientemente claro, que permita conocer a todos sus integrantes las tareas a que deberá avocarse cada uno, así como los responsables de los resultados derivados de éstas, estableciéndose de este modo un adecuado sistema de comunicación que permitirá a su vez una optimización en la toma de decisiones de la empresa.

La estructuración de las relaciones internas de una organización debe enfocarse principalmente a:

- La fijación de la autoridad y responsabilidad correspondientes a cada nivel. (Jerarquización)
- La determinación de la forma en que deben segmentarse las grandes actividades especializadas, necesarias para lograr el fin general de la empresa. (delimitación de funciones), y
- La definición de las obligaciones asignadas a cada unidad de

trabajo susceptibles de ser desempeñadas por una persona. 18/
Por tal motivo, a continuación proponemos un esquema de organización y funcionamiento de un consorcio exportador integrado por industrias productoras de manufacturas.

Esta propuesta de esquema busca facilitar la exportación a través de una organización empresarial que cubra todos los campos relacionados con el sector externo de la economía.

CONSEJO DE ADMINISTRACION.

El Órgano superior de gobierno, lo constituye un Consejo de Administración que se integra mediante los representantes individuales o de grupos de empresas consorciadas, de tal suerte que en ese Consejo de Administración queden considerados los intereses de cada uno de los participantes del consorcio.

Las funciones del Consejo de Administración serían las siguientes:

- Nombrar a un Director General que será el responsable del buen funcionamiento del consorcio.
- Reunir las opiniones de los industriales consorciados con fines de transmitir a la Dirección General las actividades programadas a realizar.

18/ Agustín Reyes Ponce. Administración de Empresas, Primera Parte. Editorial Limusa 1979.

- Vigilar el cabal cumplimiento por parte de la Dirección General de los Acuerdos emanados del Consejo de Administración.
- Definir las políticas de selección de socios que puedan formar parte del consorcio.
- Autorizar al Director General a negociar con el Gobierno Federal los estímulos y apoyos que se requieren para el óptimo funcionamiento de la organización.
- Autorizar los presupuestos de egresos y de ingresos en cada ejercicio fiscal, lo mismo que sus modificaciones.
- Autorizar la creación de nuevas áreas en la estructura operativa de la organización.

DIRECCION GENERAL.

La Dirección General del consorcio de exportación se concibe como la instancia de responsabilidad superior en la que se deposita los Acuerdos del Consejo de Administración, y que está encargada de la observancia y el cumplimiento de los mismos, así como de la supervisión y vigilancia de las diversas áreas que conforman la organización.

Entre las funciones más relevantes de la Dirección General destacarían:

- Estudiar y proyectar planes y programas en materia de comercio exterior, y someterlos a la aprobación del Consejo de Administración.

- Aplicar los planes y programas a que se refiere la fracción anterior y que hubieran sido aprobados por el Consejo de Administración.
- Ejecutar el programa de administración que autorice el Consejo y dirigir las actividades administrativas y técnicas del consorcio.
- Formular los proyectos de presupuestos de ingresos y egresos correspondientes, y someterlos a la consideración del Consejo de Administración.
Una vez aprobados, ejercer dichos presupuestos.
- Nombrar al personal técnico y administrativo que sea necesario, salvo las designaciones que correspondan hacer al Consejo de Administración.
- Representar al Consorcio como Mandatario General para pleitos y cobranzas con todas las facultades generales y las que requieran cláusula especial conforme a la ley, pudiendo parcialmente, sustituir o delegar este mandato en uno o más apoderados.
- Celebrar todos los actos de dominio y de administración necesarios para el funcionamiento del organismo, ajustándose a los lineamientos que al respecto le fije el Consejo de Administración y cumpliendo los requisitos que establecen las leyes en vigor.

UNIDAD DE ASESORIA JURIDICA.

Se concibe como una área de refuerzo a la Dirección General que le brinde a ésta los elementos suficientes para la toma de decisiones contemplando las disposiciones legales y reglamentos puestos en vigor por el Gobierno Federal de tal suerte que la operatividad del consorcio no incurra en faltas.

Asimismo, la Unidad de Asesoría Jurídica está capacitada para apoyar legalmente a cada una de las empresas consorciadas en cuanto a normas y procedimientos jurídicos.

Entre sus principales funciones estarían:

- Programar la realización de estudios sobre aspectos jurídicos relacionados con el comercio exterior, tanto en lo referente a legislación nacional como internacional.
- Fijar los lineamientos para la realización de estudios sobre las disposiciones legales que regulan el funcionamiento del consorcio y, en su caso, proponer las adecuaciones pertinentes.
- Dirigir el proceso de asesoría a las empresas integrantes del consorcio en materia jurídica relacionada con el comercio exterior, así como difundir las disposiciones legales.
- Actuar como conciliador y arbitro, cuando así se le solicite en las controversias en que intervenga el consorcio.
- Representar al consorcio en los juicios en que éste sea parte, desahogando oportunamente los asuntos que se presenten.

A continuación, establecemos el segundo nivel de mando del consorcio que se compone de cuatro direcciones a saber: Dirección de Administración; Dirección de Promoción; Dirección de Estudios; y Dirección de Servicios.

DIRECCION DE ADMINISTRACION.

La Dirección de Administración es una área que se encarga de optimizar tanto los recursos financieros como materiales y humanos que dan forma al consorcio, mediante la utilización de criterios de racionalización y eficiencia que deriven en el mayor beneficio para la organización.

Sus principales funciones serían las siguientes:

- Emitir los criterios y llevar a cabo la administración de los recursos humanos del consorcio.
- Coordinar la elaboración, seguimiento y control interno del ejercicio del presupuesto del consorcio.
- Administrar y controlar la adquisición de bienes y suministros
- Fijar los lineamientos para el control de los ingresos y egresos del consorcio.
- Establecer los criterios y llevar a cabo la supervisión y control de las operaciones de comunicaciones, servicios generales y de conservación y mantenimiento.

La Dirección de Administración, se encuentra integrada por tres

Departamentos que son: El Departamento de Recursos Humanos; El Departamento de Finanzas; y el Departamento de Relaciones Públicas.

DEPARTAMENTO DE RECURSOS HUMANOS.

El Departamento de Recursos Humanos tendría a su cargo las siguientes funciones:

- Coordinar el estudio y autorización de propuestas de ingreso, modificación de sueldo, promociones, bajas y cambios de adscripción de personal solicitados por las diferentes áreas del consorcio así como apoyarlas en sus requerimientos.
- Llevar a cabo la elaboración de la nómina del consorcio, así como cumplir con lo establecido por la ley en lo que a cuestiones laborales se refiere.
- Integrar y presentar, para su autorización, el programa anual de adquisición y contratación de los servicios necesarios para la operación del consorcio.
- Realizar el reclutamiento, la selección, la inducción, la capacitación y el desarrollo del personal.
- Administrar las prestaciones que brinda la empresa.
- Supervisar el abastecimiento de los materiales, mobiliario y equipo requeridos por las unidades administrativas del consorcio.
- Planear y coordinar los servicios generales (teléfonos, men-

sajería, limpieza, etc.).

DEPARTAMENTO DE FINANZAS.

El Departamento de Finanzas tendría a su cargo las funciones de tesorería y contraloría, tales como:

- Supervisar y controlar los egresos del consorcio.
- Supervisar y controlar los ingresos e inversiones del consorcio.
- Coordinar, supervisar y controlar el registro de las operaciones contables del consorcio.
- Elaborar los Estados Financieros e informes especiales requeridos para la presentación de las operaciones realizadas por el consorcio.
- Supervisar y controlar el ejercicio del presupuesto autorizado para cada una de las unidades administrativas que integran el consorcio.
- Cumplir con los requisitos fiscales del consorcio.

DEPARTAMENTO DE RELACIONES PUBLICAS.

El área de Relaciones Públicas, se concibe avocada fundamentalmente a fomentar el buen trato y la armonía no sólo del consorcio con sus empresas afiliadas, sino además con entidades del sector privado y organismos del sector público. Relaciones Pú-

blicas, toma especial relieve en lo concerniente al vínculo del consorcio con los organismos financieros de fomento que permitan una adecuada disponibilidad de recursos para la realización eficiente y oportuna de sus actividades.

Entre sus principales funciones estarían:

- Mantener permanentemente informados a los funcionarios del consorcio sobre todos los eventos que se realicen en el mismo.
- Programar, participar y coadyuvar a la celebración de seminarios, congresos, etc., así como sugerir la mejor forma de realizarlos, en el ámbito de su competencia.
- Atender, en coordinación con las áreas correspondientes, a los visitantes nacionales y extranjeros que acudan al consorcio.

DIRECCION DE PROMOCION.

Esta, es una área que se encargaría de la promoción con fines de generar oferta exportable, paralelamente a la búsqueda de mercados en el exterior para los productos de las empresas consorciadas. Su lógica de funcionamiento puede ir en dos vertientes: la primera consiste en la detección de una oferta exportable de lo que se habrán de derivar acciones promocionales que busquen la asimilación de los productos por parte de los diversos importadores; y la segunda en el sentido contrario, es decir que ubicada una demanda externa de productos específicos,

dicha área se avocaría al fomento de la producción para satisfacer los pedimentos del exterior.

Entre sus principales funciones destacarían:

- Coordinar el programa para promoción de las exportaciones, en base a los lineamientos y directrices aprobadas para tal fin.
- Coordinar el diseño de la estrategia integral de promoción del consorcio.
- Emitir los lineamientos en materia de programas y proyectos de exportación.
- Definir y coordinar las estrategias de penetración de productos mexicanos en el exterior, en base a los criterios de selectividad que emanen de los Departamentos de Promoción Nacional y el de Promoción Internacional.
- Fomentar las relaciones institucionales con organismos nacionales e internacionales.
- Coordinar la participación del consorcio en ferias nacionales e internacionales, misiones comerciales y muestras para la promoción de las exportaciones de productos mexicanos.
- Elaborar los documentos de sustento en la presentación de programas y proyectos de exportación.
- Elaborar el material publicitario y de promoción necesarios para la difusión de los productos de exportación.

La Dirección de Promoción se encuentra a su vez apoyada por

tres Departamentos que se mencionan a continuación:

DEPARTAMENTO DE PROMOCION NACIONAL.

El Departamento de Promoción Nacional, sería el encargado de buscar en el interior del país las posibles industrias que cumplan con los requerimientos de calidad y cantidad de la producción de acuerdo a las normas internacionales de comercio exterior, con fines de aumentar la cobertura del consorcio en cuanto a diversificación de oferentes y de productos. Además se encargaría de recomendar a los industriales asociados reales o potenciales las características que deberá imprimir a su producción para que goce de una mayor aceptación en los mercados del mundo.

Entre sus principales funciones Tendríamos:

- Identificar y cuantificar la oferta exportable de las diversas zonas del país, para que mediante los mecanismos promocionales con que cuenta el consorcio, se difunda en el extranjero.
- Promover la oferta exportable detectada, de acuerdo con las prioridades establecidas en materia de los programas de promoción del consorcio.
- Promover programas de concertaciones con empresas de las diversas zonas del país, por producto o rama económica.
- Planear la participación del consorcio en misiones, ferias,

exposiciones, muestras y otros eventos promocionales en el extranjero.

- Coordinar el establecimiento de mecanismos para la selección de proyectos viables y técnicamente factibles, que conduzcan a la exportación de bienes y servicios.

DEPARTAMENTO DE PROMOCION INTERNACIONAL.

El Departamento de Promoción Internacional, sería el encargado de realizar los contactos en el exterior que faciliten un flujo creciente de los productos de las industrias consorciadas. Los consorcios no siempre cuentan con oficinas o representaciones en el exterior, lo que podría dificultar las actividades del área internacional; sin embargo, el gobierno del país cuenta con múltiples embajadas en las que hay agregados económicos y comerciales al servicio de México, quienes podrían facilitar las acciones de concertación de compromisos de compra-venta si es que para ello existe una adecuada comunicación sobre oportunidades comerciales entre el consorcio y las embajadas.

Entre sus funciones principales encontraríamos:

- Coadyuvar en la implementación de la estrategia de penetración de productos mexicanos en el exterior, en base a los criterios de selectividad que emita el Departamento de Promoción Nacional.
- Coordinar el funcionamiento de las oficinas representantes

del consorcio en el exterior, de acuerdo a las directrices señaladas por la Dirección General.

- Dirigir el proceso de identificación de mercados potenciales para productos mexicanos de exportación, así como de las características de los mercados internacionales.
- Coadyuvar al diseño de estrategias de comercialización internacional.
- Proponer, organizar y evaluar la participación del consorcio en ferias internacionales, misiones comerciales y muestras de productos mexicanos en el extranjero.

DEPARTAMENTO DE VENTAS.

Como resultado del ajuste de la oferta nacional con la demanda internacional, la realización de ventas es lo que brinda ingresos tanto al consorcio de exportación como a sus empresas filiales, lo cual permite la continuidad y eventual expansión del ciclo económico.

Entre otras funciones a su cargo tendríamos:

- Vigilar que las relaciones con los clientes se mantengan a un nivel que permitan al consorcio alcanzar sus objetivos.
- Formular y controlar planes de venta a corto y largo plazo.
- Informar a la Dirección de Promoción de los planes y programas de ventas; cambios en los procedimientos y condiciones del mercado, así como de la situación de las ventas en gene-

ral.

- Proporcionar a las diversas áreas del consorcio la información necesaria que requieran sobre ventas para el desempeño de sus funciones.
- Evaluar constantemente el efecto de las estructuras actuales de precios sobre las utilidades del consorcio a la luz de los cambios en el mercado, y recomendar las modificaciones de precios necesarios o convenientes.
- Buscar nuevos mercados y nuevos usos para los productos que exporte el consorcio.

DIRECCION DE ESTUDIOS.

La Dirección de Estudios sería una área fundamental de apoyo a toda la estructura del consorcio, ya que a partir de allí emanarían las principales recomendaciones de estrategias promocionales y comerciales visualizándose en su totalidad el marco económico en el que se desenvuelve el consorcio. Los estudios que servirán de base a las estrategias del consorcio deberán contemplar las políticas macroeconómicas en lo financiero, fiscal, comercial, promocional, monetario, etc., de tal suerte que el consorcio cuente con los elementos necesarios y suficientes que le permitan una amplia capacidad de respuesta en un ámbito económico nacional e internacional sumamente cambiante y en múltiples ocasiones adverso a las empresas. Dicha área comprendería dos departamentos avocados al análisis de la economía nacional y la

internacional, respectivamente.

Entre las principales funciones de la Dirección de Estudios se encontrarían:

- Coordinar el análisis de los efectos que sobre la Balanza Comercial y de Cuenta Corriente tienen las medidas de carácter cambiario, financiero, fiscal, promocional, administrativo y comercial, emitidos por el Gobierno Federal.
- Coordinar el análisis de los programas y las políticas financieras orientadas a reforzar el apoyo y fomento de las exportaciones del sector no petrolero y de la sustitución de importaciones.
- Coordinar el análisis periódico de la evolución de la Balanza de Pagos, el presupuesto de divisas y sus perspectivas en el corto y mediano plazo.

DEPARTAMENTO DE ESTUDIOS DE ECONOMIA NACIONAL.

Esta es una área que se encargaría de la investigación de las condiciones de la economía para proponer el camino a seguir que le sea más benéfico a las empresas consorciadas en lo relativo a los principales productos a promover, los criterios de rentabilidad de las exportaciones, la generación de empleos, los beneficios derivados del tipo de cambio, etc. Asimismo, determinaría qué tipo de actividades son las que gozan de un mayor apoyo por parte del sector público para proponerlas a los miembros del

consorcio y lograr resultados óptimos.

de entre sus principales funciones destacarían:

- Obtener, analizar y codificar la información necesaria para la elaboración de estudios relativos al impacto de la Balanza Comercial de diversas variables económicas.
- Realizar los estudios de análisis comparativos, sectoriales y de la economía en su conjunto frente a la situación mundial.

DEPARTAMENTO DE ESTUDIOS DE ECONOMIA INTERNACIONAL.

Sus funciones serían similares a las anteriormente descritas en cuanto a estudios nacionales, solamente que en este caso los análisis se orientan al contexto internacional, enfatizándose lo relativo a la conveniencia de suscribir acuerdos bilaterales o multilaterales que amplíen las ventas de productos a cargo del consorcio.

Como principales funciones tendría:

- Supervisar el análisis de la información económica y de comercio internacional que le remita el Departamento de Promoción Internacional, por parte de las representaciones del consorcio en el extranjero.
- Apoyar al Departamento de Promoción Internacional en la realización de estudios específicos.
- Coordinar la elaboración de análisis de carácter comercial,

dentro del ámbito de organismos internacionales que sean del interés de nuestro país.

DIRECCION DE SERVICIOS.

Esta sería una área eminentemente práctica que se dedicaría a la ejecución de cada una de las operaciones específicas de exportación. Gestiona ante las instituciones del Gobierno Federal las condicionantes que rigen el comercio de exportación para cumplir con ellos y realizar ventas a los mercados foráneos. Igualmente, estaría vinculada con los procesos complementarios de la exportación como podrían ser el transporte, el almacenamiento, la conservación, tráfico, etc., con la finalidad de cumplir óptimamente lo pactado entre oferentes y demandantes.

La Dirección se auxiliaría de dos Departamentos relativos a Trámites y Tráfico, y otro de Calidad, Diseño, Adecuación e Innovación Tecnológica, Empaque y Embalaje.

Las principales funciones de la Dirección de Servicios serían:

- Coordinar la operación referente a la atención de trámites de comercio exterior.
- Coordinar el funcionamiento del órgano asesor en materia de diseño promocional, envase y embalaje, para la producción y para ferias y exposiciones.
- Coordinar el sistema de asesorías y apoyo a los integrantes del consorcio en materia de investigación y desarrollo de tec

nologías.

DEPARTAMENTO DE TRAMITES Y TRAFICO.

Como quedó antes señalado, este departamento brindaría apoyo a la comunidad asociada para realizar exportaciones de acuerdo al Programa de Simplificación Administrativa puesto en marcha por el Gobierno Federal.

De entre sus funciones principales señalaríamos:

- Apoyar en su trámite a los asuntos de comercio exterior que provengan de la comunidad asociada.
- Apoyar a las empresas en la desobstaculización o destrabe de los trámites ante las entidades o dependencias involucradas en comercio exterior.

DEPARTAMENTO DE DISEÑO, CALIDAD Y TECNOLOGIA.

El Departamento de Diseño, Calidad y Tecnología estaría avocado a la captación de información sobre normas internacionales referidas a los rubros específicos que se señalan, con fines de adecuar la producción interna a los requerimientos y modas prevalentes en los diferentes mercados de consumidores.

Como sus funciones estarían:

- Asesorar y apoyar a la comunidad asociada, en el diseño de envase y embalaje de sus productos.

- Asesorar al exportador en el manejo de muestrarios para su presentación en ferias y exposiciones internacionales.
- Generar y desarrollar los programas de asesoría a la comunidad asociada, en materia de calidad y orientación tecnológica.
- Detectar las necesidades de la comunidad exportadora en materia de tecnología y calidad.
- Asesorar a los participantes en ferias y misiones comerciales sobre los requisitos que deban cumplir sus productos en materias de normas y calidad.
- Integrar y actualizar periódicamente un banco de información sobre normas nacionales y extranjeras, así como de requisitos de calidad y sanitarios.
- Detectar, en colaboración con instituciones especializadas, nuevas tecnologías mexicanas.
- Desarrollar proyectos específicos para la introducción de nuevas tecnologías para productos de exportación.

OFICINAS REPRESENTANTES EN EL EXTERIOR.

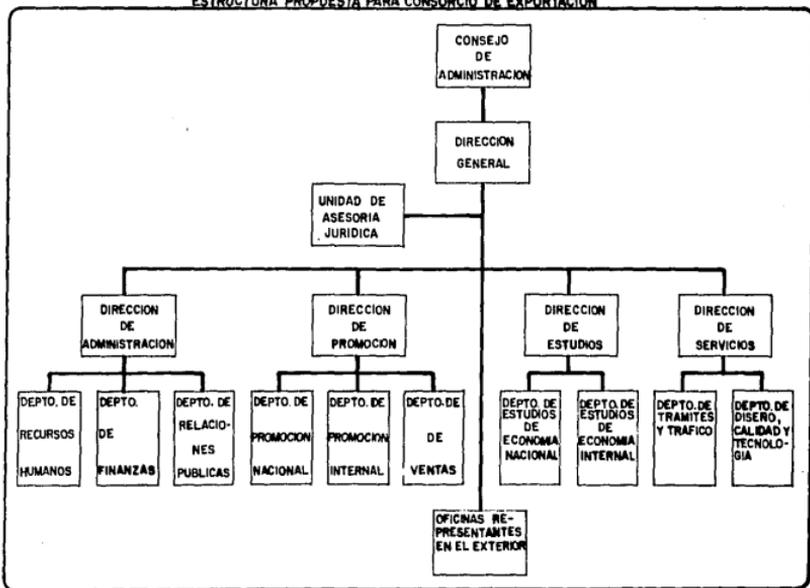
Las Oficinas Representantes del Consorcio en el Exterior, tendrían como principal objetivo el contar con información actualizada sobre las características de demanda y de la comercialización de productos mexicanos para exportación en los diversos países de estudio, a fin de poder proporcionar dicha información

así como brindar asesoría y orientación adecuada basada en un conocimiento real de las condiciones de cada mercado en el extranjero.

Estas Oficinas estarían avocadas al desarrollo de las siguientes funciones:

- Coadyuvar en la identificación de mercados potenciales para productos mexicanos de exportación.
- Analizar las posibilidades de exportación de los productos mexicanos en los mercados de su adscripción.
- Proponer estrategias de comercialización para los productos mexicanos en los mercados internacionales.
- Promover los productos mexicanos de exportación en los mercados de su adscripción, de acuerdo a la estrategia de promoción establecida.
- Recabar, procesar y elaborar informes actualizados sobre la situación económica y comercial del o los países sede, así como de su intercambio comercial con México.

ESTRUCTURA PROPUESTA PARA CONSORCIO DE EXPORTACION



- 5.2. INCENTIVOS FISCALES PARA LAS EMPRESAS DE COMERCIO EXTERIOR ACUERDO QUE DISPONE SE DEVUELVAN A LOS EXPORTADORES DE PRODUCTOS DE MANUFACTURA NACIONAL LOS IMPUESTOS INDIRECTOS Y EL GENERAL DE IMPORTACION. (PUBLICADO EN EL DIARIO OFICIAL DE LA FEDERACION EL 17 DE MARZO DE 1971).

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 productos 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:

A C U E R D O

Que dispone se devuelvan a los exportadores de productos de ma-

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 graven el producto y sus insumos cuando los mismos estén destinados al consumo interno, en los ca sos en que dichos productos se exporten y alcance un grado de manufactura nacional del 50% como mínimo.

SEGUNDO.- Las devoluciones de impuestos se aplicarán a los pro ductos 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 podría ampliarse a productos de otras secciones de dicha Tarifa, oyendo la opinión de la Dirección Ge neral de Industrias, de la Secretaría de Industria y Comercio.

TERCERO.- La Dirección General de Estudios Hacendarios y Asuntos Internacionales fijará, por ramas industriales, el porciento general de devolución que les corresponda, de acuerdo con los impuestos indirectos que se hubieran pagado, en los térmi nos del punto primero de este Acuerdo; dicho por ciento 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 exportado res, según el grado de manufactura nacional de los productos de cuya exportación se trata, con base en el por ciento de devolución fijado a la rama industrial respectiva, conforme lo estable

cido por el punto anterior, de acuerdo con la siguiente:

T A B L A

GRADO DE MANUFACTURA	DEVOLUCION DE IMPUESTOS INDIRECTOS
50 -- 59½	50½
60 en adelante	100½

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 exportador, 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 ese dorecho previamente.

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 uti-

lización 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 4 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 confieren 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 sus 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 Importación, no se otorga-

rán 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 cuarto, 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 aquéllos 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 implicará 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 aquéllos 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.

TRANSITORIO

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, formulada 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.

ACUERDO QUE DISPONE EL OTORGAMIENTO DE INCENTIVOS FISCALES A FAVOR DE LAS EMPRESAS DE COMERCIO EXTERIOR. (PUBLICADO EN EL DIARIO OFICIAL DE LA FEDERACION EL 28 DE AGOSTO DE 1975)

Luis Echeverría Alvarez, Presidente Constitucional de los Estados Unidos Mexicanos, en ejercicio de la facultad a que se refiere el artículo 89, fracción I, de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos y

C O N S I D E R A N D O

Que es preciso fomentar y consolidar el Comercio Exterior Mexicano a través de las empresas que promueven la exportación de bienes mexicanos, encausando así sus actividades hacia el logro del más conveniente desenvolvimiento de la economía del país;

Que se requiere incrementar las exportaciones de manufacturas por conducto de aquellas para coadyuvar el alivio de las presiones negativas sobre la balanza comercial del país, para que tales empresas se constituyan en entidades especializadas que asuman la función de colocar nuestros productos en el exterior;

Que existen numerosas empresas industriales que no exportan por carecer de elementos calificados para vender al exterior;

Que se deben impulsar, asimismo, las exportaciones de productos artesanales, por la demanda de mano de obra que generan; y

Que a través de las empresas de comercio exterior se logra una serie de beneficios a consecuencia de la reducción de los gastos de exportación, tales como consolidación de la oferta y de la

carga, uniformidad de los empaques y aprovechamiento de ofertas conjuntas en los mercados externos, entre otras, con lo que se coloca a los productos mexicanos en más favorables condiciones de competencia, he tenido a bien expedir el siguiente:

ACUERDO que dispone el otorgamiento de Incentivos Fiscales a favor de las empresas de comercio exterior.

ARTICULO 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.

ARTICULO 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.

ARTICULO 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 del 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.

ARTICULO 4º.- Los consorcios de productores de manufactura 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.

- I. El Capital Social de los Consorcios deberá estar suscrito y totalmente pagado; representado por acciones nominativas; no ser menor de 5 millones de pesos; estar constituido en un 75% mínimo, por empresas industriales establecidas conforme a las leyes mexicanas, distribuido en aportaciones individuales que en ningún caso excederán al 15% de aquel; 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 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 2.5 millones de pesos con mínimo totalmente pagado constituido por aportaciones individuales nunca superiores 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 de sector público, la Secretaría de Hacienda y Crédito Público aprobará en cada caso el porcentaje con el que puedan participar.

Estas empresas solo 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.

ARTICULO 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 e internacional, consultoría, investigación en el extranjero, servicio de comunicación, promoción de mercados y ventas.

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

- a) Durante el primer año, respecto al valor de la exportación realizada durante los doce meses inmediatos anteriores, con siderándose 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 subsecuentes.

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 del 15%.

ARTICULO 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% o al 15% se bonificará para los años subsecuentes.

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.

ARTICULO 8º.- Los consorcios elaborarán sus programas anuales de trabajo sometiénolos a la aprobación de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, Dirección General de Estudios Hacendarios y Asuntos Internacionales, quien tomará en cuenta la de la Secretaría de Industria y Comercio y la del Instituto Mexica

no 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.

ARTICULO 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 otorgarán 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 impliquen el programa que señala el Artículo 8º y la diferencia deberá ser cubierta al consorcio de la empresa asociada o aquélla con quien tenga celebrado contrato de co

misión mercantil.

ARTICULO 10º.- 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.

ARTICULO 11º.- 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.

ARTICULO 12º.- 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.

T R A N S I T O R I O S

ARTICULO 1º.- El presente Acuerdo entrará en vigor el día siguiente de su publicación en el "Diario Oficial" de la Federación.

ARTICULO 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 cum-

plir con los requisitos que dispone, sin perjuicio de reconocer les los incrementos que ya hubieren alcanzado, siempre que demuestren estar organizadas conforme al mismo y presenten los programas aludidos por su Artículo 8º.

Dado en la residencia del Poder Ejecutivo Federal, en México, Distrito Federal, a los veintiseis días del mes de agosto de mil novecientos setenta y cinco. El Presidente Constitucional de los Estados Unidos Mexicanos, Luis Echeverría Álvarez. Rúbrica. El Secretario de Hacienda y Crédito Público, José López Portillo. Rúbrica. El Secretario de Industria y Comercio, José Campillo Saínz. Rúbrica.

REGLAMENTO DEL ACUERDO QUE DISPONE EL OTORGAMIENTO DE INCENTIVOS FISCALES A FAVOR DE LAS EMPRESAS DE COMERCIO EXTERIOR.

ARTICULO 1º.- Siempre que este Reglamento 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 28 del mismo mes y año.

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 sentados en los Acuerdos presidenciales del 15 de marzo de 1971 y 26 de agosto de 1875, 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, 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.

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 es de cinco millones

de pesos para consorcios y de 2.5 millones para empresas de servicios, totalmente suscrito y pagado.

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 : con éstos y, cuanto 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 13o. 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 y 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; suscripción a publicaciones; gastos de papelería y artículos de escritorio; servicio de luz, teléfono, telex, correos y telegráfos; 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; gastos de representación, viajes para realizar exportaciones 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 destinen 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 15 millones de pesos y que no sean asociadas o hayan establecido contrato de servicios o mediación mercantil con otra empresa de comercio exterior.

Los productos señalados en los incisos anteriores no disfrutarán de la devolución de impuestos a que se refiere el Artículo 10. del Acuerdo y serán adicionales a lo que dispone el inciso a) del Artículo 60. del mismo Ordenamiento.

ARTICULO 10º.- 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 se hace referencia en 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.

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 11º.- 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 hagan 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 12º.- Los consorcios o empresas de servicios 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 13º.- En atención al Artículo 8º del Acuerdo, se crea un Comité Asesor, integrado por representantes de la Secretaría 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 re

comendaciones que deriven de dichos estudios, incluyendo modificaciones a los legales en vigor sobre el particular.

T R A N S I T O R I O S

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

Atentamente.

SUFRAGIO EFECTIVO. NO REELECCION.

México, D.F., a 26 de diciembre de 1975.- El Secretario Mario Ramón Beteta.- Rúbrica.

Al márgen un sello con el Escudo Nacional, que dice: Estados Unidos Mexicanos.- Secretaría de Hacienda y Crédito Público.

CONCLUSIONES

En la conjuntura actual que vive el país, el comercio exterior es una de las variables económicas más importantes para mantener, e inclusive desarrollar, la actividad económica y en especial la industrial.

En los próximos años la planta industrial sufrirá una nueva contracción en sus niveles de producción, entre otras, por las siguientes razones:

- 1) El gobierno disminuirá sensiblemente sus compras al tratar de reducir su déficit.
- 2) La demanda de artículos industriales disminuirá por la pérdida de capacidad de compra de la población.
- 3) Habrá escasez de divisas para importar materias primas, insumos y refacciones.
- 4) El crédito internacional será prácticamente nulo y el crédito interno será restringido y selectivo.

Ante esta situación la mejor alternativa para las empresas industriales es la exportación; pero este objetivo no se alcanzará en forma automática e inmediata. Se requiere utilizar los mecanismos idóneos y los canales de comercialización adecuados.

El canal de comercialización internacional más viable en este momento son los consorcios de exportación. Estas empresas tienen una experiencia de más de 10 años en la comercialización internacional y son el vehículo idóneo para la exportación de

las pequeñas y medianas empresas.

El Consorcio de Exportación es una asociación de empresas, cuyo objetivo principal es agrupar ofertas de productos nacionales, y demandas de productos del exterior; eventualmente su objetivo puede ser el de aumentar la capacidad técnica o financiera de sus miembros, sin que éstos pierdan su individualidad.

Los regímenes consorciados facilitan las actividades de exportación a la empresa individual, lo cual hace más viable para éstas la comercialización externa de sus productos, aprovechándose de la infraestructura informativa y comercial que pudiera llegar a tener un gran conjunto de empresas, lo que enriquecería el esfuerzo individual que realiza cada una de ellas.

Las pequeñas y medianas empresas son organizaciones típicamente orientadas al mercado interno, por lo que para hacer posible su transformación en exportadoras, es necesaria la creación de estructuras que les permitan salir al mercado exterior, superando las barreras de comercialización que se les pudieran presentar.

La búsqueda de nuevos mercados debe hacerse simultáneamente a un mejoramiento de las técnicas utilizadas en la producción, con fines de aumentar la eficiencia, calidad y competitividad de los productos, para que, con esas bases, efectivamente se llegue a la conquista de los diversos mercados del mundo.

El esquema analítico y conceptual desarrollado por la Administración de Empresas como disciplina, es válido tanto para la empresa doméstica como para la internacional, sometiéndolo en

el segundo caso, a las adecuaciones que sean necesarias. Los conocimientos desarrollados sobre previsión, planeación, organización, integración, dirección y control, por ejemplo, son perfectamente aplicables en ambos casos; lo que varía principalmente son aspectos dimensionales y ambientales, por lo que muchas consideraciones que no son relevantes en decisiones locales, adquieren importancia en decisiones internacionales.

GLOSARIO

ALADI.- Asociación Latinoamericana de Integración formada por: Argentina, Bolivia, Brasil, Colombia, Chile, Ecuador, México, Paraguay, Perú, Uruguay y Venezuela.

ARANCEL.- Se trata de una medida proteccionista que el estado impone, en ocasiones unilateralmente, para cuidar el fomento de la industria nacional cuando ésta se enfrenta a la competencia externa; es decir que buscando un mayor estímulo a la producción interna, el gobierno fija impuestos de importación a las mercancías provenientes del exterior que pudieran llegar a competir con las de producción interna, de tal suerte que, a los consumidores internos les resulte mayormente beneficioso adquirir un producto nacional en comparación con su similar de origen foráneo.

BALANZA COMERCIAL.- El intercambio de mercancías, tangibles, abarca desde el extremo de las materias primas hasta los bienes demasiado refinados; tanto así como el intercambio de productos primarios (como es el caso de los cereales, frutas, hortalizas, etc), hasta aquellos satisfactores que se basan en una tecnología de excelencia (biotecnología, robótica, rayoláser, etc.) A fin de cuentas se trata del registro en valor del intercambio de bienes tangibles y por tanto materiales.

BALANZA DE PAGOS.- Se refiere a las cuentas totales que un país registra con el exterior; es decir que la balanza de pagos apunta un balance de ingresos contra egresos por concepto de

intercambios de mercancías, servicios, y capitales. Además, existe un renglón de errores y omisiones con el fin de ajustar el deber con el haber, de tal suerte que dicho balance resulte equilibrado.

BALANZA DE SERVICIOS.- Registra el intercambio internacional de apoyos que los países se brindan entre sí. Quiere decir que en la medida en que los habitantes del exterior contraten servicios turísticos, ingenieriles, de transportación y de publicidad, de cierto país, por consiguiente estarán apuntando una serie de valores a una cuenta específica de la balanza de pagos. La balanza de servicios, básicamente se refiere al conteo del intercambio que sostiene un país con el resto del mundo en lo que toca a los apoyos que sin ser materiales, proporcionan un bienestar a quienes los demanda.

BALANZA EN CUENTA CORRIENTE.- Se obtiene mediante la adición de las anteriores balanza comercial y balanza de servicios, a las que además se les agrega el rubro correspondiente al servicio externo de la deuda de un país.

BIENES O MERCANCIAS.- Se entiende por bienes a aquellos objetos que son capaces de satisfacer las diferentes necesidades que presentan tanto los hombres en lo individual como las empresas desde un punto de vista macroeconómico. Sin embargo la clasificación de los bienes es tan extensa y variada como la propia diversificación de la producción. Quiere decir que lo mismo podemos hablar de bienes agropecuarios, bajo la particularidad de ser perecederos, hasta aquellas mercancías de altas tecnolo-

gías considerados como prioritarios de consumo duradero. La clasificación que pudiera hacerse de un bien no solamente responde a su naturaleza física y a su origen, sino además deberá estar considerado el tipo de consumo que de éste se haga, lo mismo que la vida útil (es decir la durabilidad en tiempo) del producto.

Tipología de bienes:

- a) Agropecuarios.- Son aquellos que provienen de las actividades típicamente denominadas como primarias.
- b) Industriales.- Son los que obedecen a un proceso de transformación y que se ubican en el sector secundario.
- c) Servicios.- Son aquellos apoyos, intangibles, que las industrias, los negocios y los particulares intercambian entre sí con fines de satisfacer sus necesidades esenciales.

Por el hecho de que un bien primario se someta a cualquier proceso de transformación, abandonará su condición de primario con lo que será clasificado como bien industrial, o más concisamente como manufactura. Además, hay bienes que sin importar su origen (agropecuario o industrial) pueden clasificarse de la siguiente forma:

- d) Bienes de consumo.- Son aquellos que básicamente satisfacen las necesidades de los particulares.
- e) Bienes intermedios.- También denominados insumos, son los productos semi-elaborados que las empresas utilizan para fa-

bricar bienes de consumo.

- f) Bienes de capital.- Consisten en la maquinaria y el equipo que requiere la planta industrial tanto para obtener bienes primarios en forma directa de la naturaleza, como para producir bienes intermedios y de consumo.

Finalmente cabe señalar que los bienes arriba señalados pueden clasificarse como duraderos siempre y cuando su consumo o vida útil rebase un lapso de un año, y no duraderos cuando su período útil sea menor a ese tiempo.

C.A.M.E.- Consejo de Ayuda Mutua Económica.- Los países que lo integran son los siguientes: República Democrática Alemana, Bulgaria, Checoslovaquia, Hungría, Mongolia, Polonia, Rumanía, URSS y Cuba.

C.A.R.I.C.O.M.- Está integrado por los siguientes países: Barbados, Bélize, Dominica, Grenada, Guyana, Jamaica, Trinidad y Tobagó y Montserrat.

C.E.E.- Comunidad Económica Europea. Está integrada por los siguientes países: República Federal de Alemania, Belgica-Luxemburgo, Dinamarca, Francia, Irlanda, Italia, Países bajos, Reino Unido, España y Portugal.

C.I.F.- En español se traduce costo por seguros y fletes. Es una clasificación internacional que se refiere a la clave para distinguir si alguna importación o exportación se encuentra facturada considerando el costo de su transportación como de los seguros involucrados.

Control de cambios.- Se refiere a una legislación específica de los países con fines de regular sus flujos internos de divisas. Quiere decir que a través del control de cambios las autoridades financieras de un país estarán en posibilidades de recibir bajo modalidades específicas las divisas que genere su actividad económica, buscando en todo momento la mejor aplicación de los recursos.

El control de cambios se da básicamente en países cuyas economías han enfrentado la problemática de una severa fuga de capitales, y de ello es que los estados impongan dicho control cambiario, buscando concentrar en sus instituciones responsables las divisas que permitan tanto la realización de importaciones necesarias como el compromiso de erogaciones financieras con el exterior.

Déficit.- Como es común, este concepto se refiere a la diferencia en contra que resulta de mayores egresos frente a los ingresos. En el comercio exterior, el déficit se relaciona con cada una de las balanzas (comercial, de servicios, etc), y expresa que el país ha vendido al mundo menor valor del que le ha adquirido.

Deflación.- Es un estado de la economía en el que por abundancia de oferta los precios de los bienes y servicios tienden a disminuir con el fin de asegurar clientes.

Devaluación.- Es la reducción del valor de la moneda nacional respecto a cualquier divisa, que sucede cuando algún país desea aumentar su capacidad competitiva, y con ello un mayor fomento

de sus exportaciones. Es común que la devaluación se mueva en relación directa a los niveles alcanzados de inflación.

Divisa.- Se denomina divisa a toda moneda extranjera que sirva para adquirir bienes y servicios de origen foráneo.

Dumping.- Se refiere a una práctica comercial internacional.

F.O.B.- Free on Board. En español se traduce L.A.B. libre a bordo. Es el nombre dado al sistema de pagos de bienes fletados a -o de- otros países, cuando la cantidad pagada cubre únicamente el valor de los bienes y excluye el costo por los seguros y fletes.

Inflación.- Se entiende por inflación al desajuste entre la oferta y la demanda, donde la demanda resulta de mayor dimensión, lo cual hace que los precios de los bienes y servicios se eleven por encima del crecimiento real del poder adquisitivo de las personas.

Libre cambio.- Es una forma de comercialización internacional en la que ésta se ve exenta o muy reducida de impuestos tanto en exportaciones como en importaciones.

Macroeconomía.- Es el estudio de la totalidad de las entes económicas de una sociedad que se encarga del diseño de políticas globalizadoras.

M.C.C.A.- Mercado Común Centroamericano. Lo forman los siguientes países: Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras y Nicaragua.

Microeconomía.- Es el estudio de los individuos particulares o sus empresas con el fin de establecer políticas económicas a nivel individual.

Países desarrollados.- Son las naciones que cuentan con una industria de transformación sumamente fuerte, en las cuales se aprecia un desarrollo tecnológico propio de grandes dimensiones y muy alto dinamismo. Son países generalmente autosuficientes en la producción de bienes de capital, insumos y en general todo tipo de manufacturas, e importadores de materias primas que posibiliten el desarrollo de sus industrias de transformación. Asimismo, cuentan con sólidas estructuras financieras que les permiten girar fondos al exterior en calidad de préstamos, inversiones, y en general apoyos financieros. Cuentan además con excelentes infraestructuras de comunicación que permiten una muy amplia circulación tanto en lo interno como en lo externo de mercancías y servicios que satisfacen tanto a los individuos como a las empresas. Finalmente cuentan con mercados internos sumamente activos ya que los ingresos per cápita son elevados, lo mismo que reducido el desempleo y la inflación.

Países en desarrollo.- Son las Naciones que carecen de una fuerte industria de transformación, las cuales asimismo presentan deficiencias en su desarrollo tecnológico. Son países generalmente dependientes en la producción de bienes de capital e insumos y típicamente exportadores de materias primas. Asimismo, registran elevadas tasas de endeudamiento externo, lo que hace vulnerable sus estructuras financieras. Poseen infraestructura

turas de desarrollo insuficientes que limitan el dinamismo de su mercado interno. Finalmente, en estos países se registran niveles de ingreso per cápita sumamente bajos, simultáneamente a niveles en ocasiones dramáticos en su desempleo lo mismo que en su inflación.

P.I.B. ó P.N.B.- Producto Interno Bruto ó Producto Nacional Bruto. Se refiere a la cantidad de bienes y servicios creados o producidos por la sociedad generalmente a lo largo de un año.

Recesión.- Es la disminución de la actividad económica y por consiguientes del producto interno bruto, debido fundamentalmente a una declinación de las actividades productivas (se dice que hay recesión cuando es negativa la tasa del crecimiento del P. I. B.).

Sobrevaluación.- Se refiere a un tipo de cambio en el que las divisas se encuentran relativamente baratas en función a la moneda interna. Un estado de sobrevaluación de la moneda local, desestimula las exportaciones, y en cambio aumenta las importaciones y la fuga de capitales.

Subvaluación.- Se refiere a un tipo de cambio en el que las divisas se encuentran relativamente encarecidas en función a la moneda interna. Un estado de subvaluación de la moneda local, fomenta las exportaciones y en cambio desalienta las importaciones lo mismo que la fuga de capitales.

Superavit.- Este concepto se refiere a la diferencia a favor que resulta de los mayores ingresos frente a menores egresos en cualquiera de las cuentas de la balanza de pagos.

BIBLIOGRAFIA

- Armendariz E. Manuel. Perspectivas para 1985 en Comercio Exterior. Enero de 1985.
- Balassa Bela. La Política de Comercio Exterior de México. Revista Comercio Exterior, Vol. 33, Marzo de 1983.
- Colaiacovo Juan Luis. Exportación, Comercialización, Administración Internacional. CICOM/OEA. Junio de 1982.
- Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.
- IMCE. Anuario 1982. Aspectos Relevantes del Comercio Exterior de México.
- IMCE. Anuario 1983. Aspectos Relevantes del Comercio Exterior de México.
- IMCE. Elementos para el PIFE 1985-1988. Documento de Trabajo.
- Informes sobre las Trading Companies Japonesas. Japan External Trade Organization. (JETRO) 1985.
- Koontz Harold, O'donnell Cyril. Elementos de Administración Moderna. Mac. Graw Hill, 1975.
- Plan Nacional de Desarrollo 1983-1988. Poder Ejecutivo Federal.
- Programa Nacional de Fomento Industrial y Comercio Exterior, 1984-1988. Poder Ejecutivo Federal.

- Reyes Ponce Agustín. Administración de Empresas, Primera parte. Editorial Limusa 1979.
- Robinson Richard. Administración de Empresas Internacionales CECSA 1983.
- Ruiz N. Pablo. El Comercio entre Países Desarrollados y Subdesarrollados. Revista Comercio Exterior Vol. 31, Octubre de 1981.
- SECOFI. Programa de Fomento Integral de las Exportaciones.
- Seldon Arthur y Pennance F.G. Diccionario de Economía Hispamérica.
- Torres Gaytán Ricardo. Teoría del Comercio Internacional Editorial Siglo XXI.
- White Eduardo y Campos Jaime. Elementos para el Estudio de las Empresas conjuntas Latinoamericanas MCI 1984.