

29
2



*Universidad Nacional Autónoma
de México*

Facultad de Contaduría y Administración

*Perspectivas de la Pequeña Empresa en la
Industria del Vestido como Entidad Exportadora*

*Seminario de Investigación Administrativa
Que en opción al grado de
Licenciado en Administración
p r e s e n t a n*

*Elsa Iliana Alvarez Dominguez
Manuel Rafael Gallegos Monroy*

Asesor: Lic. René Solís Brum



México, D. F.

1989
**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas Tesis Digitales Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS © PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis está protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

C O N T E N I D O

INTRODUCCION	1
CAPITULO 1	
<u>EL COMERCIO INTERNACIONAL</u>	
1.1 Aspectos Generales del Comercio	4
1.2 Ventajas y Beneficios del Comercio Internacional	6
1.3 Aspectos Monetarios del Comercio Internacional	7
1.4 El Comercio Internacional: Factores que los Obstaculizan	9
1.5 La Importancia del Comercio Internacional para la Economía de un País	10
1.6 El Modelo Industrial Exportador como estrategia de desarrollo en México	12
1.7 El Desequilibrio externo	13
1.8 Causas del Desequilibrio Externo de México	14
1.9 Causas Estructurales del Desequilibrio Externo	15
1.10 Una Nueva Estrategia	16
1.11 El Modelo de Sustitución de Exportaciones	18
1.12 La Problemática del Modelo de Exportaciones	21
1.13 Las Empresas Transnacionales y el Comercio Exterior de México	25
1.14 La Industria Maquiladora como generadora de divisas y empleo	28
1.15 Alternativas de Política Económica	29
1.16 Ventajas y Desventajas del Ingreso de México al GATT	30
1.17 El Sistema Generalizado de Preferencias	39

CAPITULO 2

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA Y OBJETIVOS DEL ESTUDIO

2.1 Planteamiento del Problema	41
2.2 Objetivos del Estudio	43
2.3 Planteamiento de la Hipótesis	44

CAPITULO 3

MARCO TEORICO

3.1 La Pequeña Empresa	45
3.1.1. Definición	48
3.1.2. Problemática	48
3.1.3. Ventajas	50
3.1.4. Desventajas	51
3.2 La Industria del Vestido en México	53
3.2.1. Antecedentes Históricos	53
3.2.2. Su participación en la economía mexicana	54
3.2.3. Antecedentes Cuantitativos	57
3.2.4. Análisis Microeconómico	59
3.2.5. Su situación en la coyuntura actual	59

CAPITULO 4

METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION

4.1 Determinación del tamaño de la muestra	60
4.2 Diseño del cuestionario	63
4.3 Análisis e interpretación de resultados	68
4.4. Conclusiones	75

CAPITULO 5

RECOMENDACIONES

5.1 Por qué es conveniente exportar	79
5.2 Qué exportar	85
5.3 La empresa en el proceso de exportación	87
5.4 Barreras para el comercio internacional	89
5.5 Aspectos mercadotecnicos que debe considerar la empresa de exportación	92
5.6 Sintesis	99
 B I B L I O G R A F I A	 100

INTRODUCCION

Uno de los temas que en los últimos años han causado gran controversia en nuestro país, es el de la franca apertura comercial hacia el exterior y de las acciones a seguir que involucran a todos los sectores de nuestra economía.

En este sentido, es importante conocer el grado de preparación que las empresas mexicanas tienen para hacer frente a este compromiso, qué cambios se están operando dentro de sus estructuras organizacionales, la tecnología con la que cuentan, cuál es su posición ante este gran reto, etc.

Estos aspectos deben ser resueltos por los empresarios mexicanos en la medida que tengan un panorama de las condiciones que rigen actualmente el Comercio Internacional y sus repercusiones económicas en nuestro país a nivel general y en cada sector y empresa en particular.

Con esta base, la empresa mexicana podrá participar en el intercambio mundial de bienes y servicios de manera eficiente y competitiva. En la esfera del Comercio Internacional es de imperante necesidad conocer la mecánica relacionada con el intercambio de bienes, ya sea para ingresarlos al mercado interno, ó para colocarlos en los mercados extranjeros, de ahí que se requiere una especialización en este campo, para proporcionar a las empresas los elementos necesarios para iniciar, o bien, mantener sus actividades en el concierto internacional.

El Licenciado en Administración tiene como una de sus funciones primordiales, participar activamente en la consecución de los objetivos de la empresa; por lo que es necesaria, la puesta en práctica de las técnicas y métodos adecuados a las necesidades de la misma.

Debemos considerar entonces, que debido a su formación profesional y de acuerdo con la experiencia adquirida, el Licenciado en Administración será capaz de contribuir a que la empresa crezca y se fortalezca dentro de su ámbito local, y una vez logrado esto, traspones sus propias fronteras como una alternativa de desarrollo y crecimiento a niveles micro y macroeconómicos.

Es en este sentido, que el Comercio Exterior ofrece a los profesionales de la administración, una opción de especialización, pues como se ha mencionado, la apertura comercial, demandará serviciones de personal ampliamente capacitado que impulse eficientemente esta actividad.

El campo de acción que el administrador tiene, se ha ampliado con el paso del tiempo. Inicialmente se le consideraba como un administrador de negocios ó empresas con fines lucrativos; ahora participa también en entidades cuyo fin principal va más allá de la obtención de ganancias de tipo económico, de tal manera que es importante señalar que la profesión ha tomado para sí un enfoque de aplicación universal.

El tamaño de la empresa, así como su giro o actividad, delimitan el esquema administrativo a aplicar, en función de los objetivos fijados y los recursos con que se cuenta.

En México existe un gran número de empresas cuya magnitud permite clasificarlas como Micro y Pequeñas, debido a que se trata de negocios familiares que por diversas razones tienen limitaciones para alcanzar sus objetivos de crecimiento; algunas de estas limitantes son por ejemplo sus deficiencias de tipo tecnológico, falta de capacitación de su personal y problemas de liquidez entre otros que le caracterizan.

Sin embargo, estas empresas merecen especial atención, ya que a pesar de sus deficiencias, poseen ventajas y elementos que les confieren gran importancia para nuestra economía, lo cual es objeto de este estudio, pues consideramos que la Pequeña Empresa puede llegar a ser parte importante en la estrategia de desarrollo de nuestro país.

Este hecho aunado al ingreso de nuestro país al Acuerdo General Sobre Aranceles Aduanales y Comercio (GATT), las empresas en cuestión pueden jugar un papel importante en el modelo de exportaciones ante la necesidad de incrementar la comercialización de productos no petroleros, más aún con la tan marcada tendencia a la baja de los precios del llamado Oro Negro que se ha observado en los últimos meses.

Ante el contexto, nos parece acertado concentrar esfuerzos al impulso de exportaciones de productos manufacturados, incluyendo desde luego, el apoyo a la Pequeña Empresa, que a nuestro parecer constituye un potencial importante.

De una correcta selección de estrategias de desarrollo y una mejor aplicación de éstas en la industria, depende la expansión y crecimiento "hacia fuera" y si la tendencia al alza de nuestras ventas al exterior continúa, el nivel de desarrollo económico se podría elevar tal vez en forma importante.

En este sentido, consideramos que un sector con posibilidades de crecimiento, es la Industria del Vestido dado que aún cuando es un sector muy competido, se desarrolla en un mercado extenso que posee una gama muy amplia de alternativas .

La necesidad de vestir, permite en la actualidad, recurrir a una increíble variedad de diseños, calidades, gustos, temporadas, etc., de tal forma que la natulaleza de la Industria del Vestido ofrece a las empresas del ramo una serie de atractivos y posibilidades que a nuestro parecer sería importante destacar en este estudio.

Esta investigación se ha estructurado de tal forma, que en primer lugar, plantea una idea general de lo que es el Comercio Internacional y la importancia que este tiene dentro de la vida económica de nuestro país, así como las posibilidades que éste puede significar para la pequeña empresa. Y en virtud de que es precisamente el estudio de la pequeña empresa como posible entidad exportadora lo que da origen a este estudio, hemos destinado una sección para describir las características fundamentales de la pequeña empresa mexicana.

Posteriormente, se determina la situación de la Pequeña Empresa dentro de la Industria del vestido. Es en este punto donde la investigación documental se complementa con nuestra investigación de campo y una vez presentados los resultados de la misma, se hace un análisis que nos permite llegar a una serie de conclusiones y recomendaciones que esperamos, puedan ser de utilidad a quienes participan en este tipo de empresas y en algún momento han contemplado la posibilidad de ingresar al concierto internacional o bien, si en ningún momento esta alternativa no se ha planteado, tal vez sea un momento adecuado para hacerlo.

CAPITULO I

ASPECTOS GENERALES DEL COMERCIO INTERNACIONAL

1.1

ASPECTOS GENERALES DEL COMERCIO

La importancia que el comercio tiene en la vida económica de un país, radica en el hecho de que los productores de bienes y servicios proporcionan a los consumidores de éstos, los satisfactores a sus necesidades. Lo anterior deriva la existencia de dos variables: una oferta y una demanda, a las que se añade una resultante: el precio. De tal forma, que el Comercio, puede definirse como la rama de la actividad económica que se refiere al intercambio de mercancías y servicios mediante el dinero, con el propósito de satisfacer ciertas necesidades.

Para lograr entender el Comercio Internacional, es necesario partir de la base del Comercio en sí, como actividad que genera múltiples relaciones entre quienes la practican e intervienen en ella. De la misma manera como opera el Comercio a nivel interno en un país, opera el Comercio entre éste y otros países, pues el Comercio Internacional, salvo sus propias variantes, utiliza el mismo esquema donde intervienen las mismas variables en idéntica relación: oferta, demanda y precio. Es decir, el Comercio Exterior constituye una ampliación del Comercio Local.

Sin embargo, es indudable que se hace necesario un estudio de la relación de la economía de un país con el exterior para determinar la forma en que dicha relación afecta la explotación y la distribución de los recursos, así como la influencia que ejerce sobre la producción y los costos, el desarrollo de tecnología y la productividad, la distribución del ingreso y el desarrollo económico mismo.

El Comercio dentro del proceso histórico ha estado asociado a regímenes económicos cuyas etapas y características respectivas --- han determinado el desarrollo de la humanidad en todos sus aspectos transformando, desde luego, el significado e importancia de la actividad comercial.

En la Edad Media por ejemplo, se pretería importar, pues a través de las importaciones, aumentaban las cantidades de satisfactores disponibles a diferencia de las exportaciones que las disminuían. Esta fué la época en que se atendía principalmente, el abastecimiento del feudo.

Los mercantilistas posteriormente cambiarían este orden, surgiendo la preferencia por exportar al máximo e importar al mínimo, con lo que se buscaba adquirir metales preciosos en el intercambio.

Con el surgimiento de la corriente librecambista se equilibran las fuerzas, y se llega a la conclusión de que tan conveniente es importar como exportar, basándose en el principio de que es más conveniente comprar barato que producir caro.

Se reconoce finalmente, que el comercio es un recurso para el bienestar y un instrumento para el desarrollo económico.

Las causas básicas que justifican el comercio entre las naciones se consideran bajo dos aspectos:

- 1) La desigual distribución de los recursos productivos, aunados a las aptitudes adquiridas por los hombres para transformarlos en satisfactores.
- 2) Las ventajas que resultan de la división del trabajo y de la especialización.

Respecto al primer punto, como causa fundamental, tenemos que hay países generosamente dotados de riquezas naturales y que poseen además los métodos, las técnicas y habilidades apropiados para transformarlos. De una adecuada utilización de estos factores productivos y un máximo aprovechamiento, se obtiene una posición ventajosa ante las demás naciones.

Como contraparte, sabemos de países que no cuentan con los recursos necesarios para desarrollar todo su potencial económico, por lo que dependen en gran parte del intercambio de bienes con otros países.

Pero aún cuando un país esté en tal forma dotado que pueda producir todos los satisfactores necesarios, el Comercio Exterior puede proporcionarle ciertas ventajas, pues es difícil que dos países cuenten con la misma cantidad de recursos e iguales técnicas de producción y niveles de eficiencia económica.

Un país puede ser más eficiente en la producción de determinados bienes que en otros. El Comercio Exterior, en relación a la eficiencia comparativa puede traer beneficios :

" La ventaja principal del comercio entre naciones consiste en el empleo más eficaz de las fuerzas productivas mundiales "

John Stuart Mill

1.2 VENTAJAS Y BENEFICIOS DEL COMERCIO INTERNACIONAL

Quando un país no puede producir ciertos artículos porque no cuenta con los medios necesarios, la existencia del Comercio Exterior es obvia; tendrá que acudir al mercado mundial para conseguir lo que necesita. En estas circunstancias no se plantea problema alguno. Este surge cuando dos países están en posibilidad de producir bienes en similares condiciones y entramos entonces en materia de costos comparativos. Si dos países pueden producir un mismo bien, qué caso tendrá entonces el Comercio Exterior?

Habrà necesidad entonces de recurrir a los principios de las ventajas absolutas y comparativas y del efecto de la especialización en la producción.

Principio de la Ventaja Absoluta.- Se dice que un país tiene ventaja absoluta en la producción de un bien cuando puede producirlo a un costo más bajo que los demás países.

Principio de la Ventaja Comparativa.- La definición anterior contempla el caso en el que dos naciones producen bienes en condiciones similares y están en posibilidades de intercambiarlos con ventajas para una y otra parte. Pero qué sucede cuando un país está en desventaja total en relación con otra nación en la producción de determinados artículos?

"Será más ventajoso para un país especializarse en la producción de aquellos artículos en los que su ventaja comparativa es mayor o su desventaja comparativa es menor, y adquirir en el comercio exterior aquellos que producirlos localmente le resulten más caros"

David Ricardo

El enunciado anterior se traduce en el grado de especialización que debe adquirir un país consecuentemente al estar en desventaja ó bien teniendo una mínima ventaja en la producción de un bien determinado. Si México, por ejemplo, no puede tener trigo ni azúcar a bajos costos, se dedicará a producir el artículo que le represente una desventaja menor. No podrá desperdiciar recursos ni esfuerzos produciendo ambos ineficientemente.

Cabe señalar entonces que ambos principios destacan la necesidad de que cada nación adquiera un determinado grado de especialización.

La especialización en la producción y sus efectos en el Comercio Exterior.-

" Cuando un país extranjero nos puede ofrecer una mercancía más barata de lo que nos costaría hacerla, será mejor comprarla que producirla, dando por ella parte del producto de nuestra actividad económica, y dejando a ésta, emplearse en aquellos ramos en que saque ventaja al extranjero".

Adam Smith

Nuevamente encontramos que la especialización en la producción se considera un medio para aprovechar mejor los recursos y técnicas, así como las ventajas y beneficios del Comercio Internacional, los cuales, como hemos apreciado, surgen del abaratamiento de los precios como consecuencia de la reducción de los costos de producción.

La especialización genera ventajas económicas, tales como incrementos en la producción y en la eficiencia, aunque por otro lado enfrenta a los productores nacionales a una competencia mayor y reduce su poder de mercado, pero puede hacer rentable la producción de ciertos bienes que de otra manera no lo sería.

El Comercio Internacional no sólo implica cuestiones relativas a la producción y ventajas ó desventajas para los países, sino que implica también movimientos en la cifras económicas y se reflejan en la estructura política e incluso en el nivel de vida de sus habitantes.

1.3 ASPECTOS MONETARIOS DEL COMERCIO INTERNACIONAL

Cuando en el intercambio comercial entre dos países no media diferencia alguna en cuanto a la moneda con la cual se han de cubrir los pagos a efectuar por la transferencia de bienes, no tenemos problema en determinar la forma en la que deben saldarse las obligaciones contraídas. Sin embargo, la mayor parte de las operaciones de Comercio Internacional se caracterizan por el hecho de que los pagos se hacen con una moneda que no es la misma que se usa en las operaciones internas.

La existencia de sistemas monetarios independientes en las naciones comerciantes, hizo necesaria la creación de un sistema de cambios de naturaleza única y común para todos los países. Y no obstante el complejo mecanismo de compra-venta entre naciones, el cual implica hacer transferencias en diferentes monedas, importadores y exportadores realizan sus operaciones - ingresos y egresos - en la moneda de su propio país .

Es de esta necesidad que surge el llamado Mercado de Cambios el cual es un conjunto de instituciones que se dedican a comprar y vender las divisas requeridas para las operaciones comerciales a nivel internacional. Las instituciones involucradas son entre otras:

- El banco central, es decir el Banco de México en nuestro país, que es el encargado de regir las operaciones financieras nacionales fungiendo en el Mercado de Cambios como proveedor y comprador de divisas en última instancia.
- Los bancos comerciales (en México Sociedades Nacionales de Crédito), las Casas de Cambio y los Cambistas en general.

De tal forma que las principales funciones de este tipo de instituciones son:

- a) La transferencia de poderes adquisitivos entre las distintas monedas mediante instrumentos de cambio.
- b) Actúan como mecanismo de compensación al concentrar la oferta y la demanda de divisas.
- c) Facilitan las operaciones mediante su gestión crediticia el servicio de cobertura contra riesgos que también ofrecen.

Dado lo anterior se obtienen las siguientes ventajas:

- El exportador puede cobrar de inmediato el valor de sus exportaciones en su propio país y en su propia moneda.
- El importador tiene la opción de pagar a plazo la mercancía adquirida en su moneda y su país.

Hemos establecido que dentro de los aspectos monetarios del Comercio Internacional, intervienen variables que simplifican el intercambio y sin embargo hay otras variables que lo hacen más complicado. Este es el caso del tipo de cambio, que es el precio de una moneda extranjera.

Las fluctuaciones que sufre el tipo de cambio, provocan desajustes en el Mercado de Cambios, pues al traducir en términos de paridad el valor de una moneda en relación a otra, resultan cotizaciones que propician que un país tenga desventajas en el momento de efectuar sus pagos al extranjero debido a que su moneda no tiene el respaldo suficiente en sus reservas federales; por lo que los precios de los bienes a importar ó exportar, se encarecen en el primer caso y se abaratan en el segundo. Ante esta situación, la parte beneficiada será aquella en que al momento de realizar la transacción tenga mejor cotizada su moneda.

Como es bien sabido, actualmente es el dólar, la moneda universal por excelencia, como resultado del patrón de cambio establecido de las negociaciones llevadas a cabo desde 1944, es decir, en la Post-Guerra, cuando se pretendió dar marcha a los programas de reconstrucción de los países más afectados por el conflicto bélico mundial. En aquél entonces, J.M. Keynes, célebre economista inglés, propuso un plan económico donde se contemplara la creación de una moneda que sirviera como común denominador para todas las naciones, una moneda que actuara como base en la creación de liquidez internacional que no estuviera sujeta a las fluctuaciones de la producción del oro ó al servicio de los movimientos de la Balanza de Pagos de ningún país.

Por otro lado, en las propuestas del Plan White, Estados Unidos establecía que el patrón de cambio oro-dólar sirviera para los propósitos de la liquidez internacional, contraponiendo así al Plan de Keynes, por lo que al aceptarse el Plan White, hasta la fecha el dólar prevalece como eje del sistema monetario internacional con sus conocidas consecuencias.

Los últimos años no han tenido efectos favorables para la moneda estadounidense. La Balanza de Pagos de ese país presenta déficit, el cual ha sido ocasionado, en parte, por no tener una recuperación de capitales que en calidad de préstamos, se encuentran invertidos en los países latinoamericanos -Argentina, Brasil, México, etc.- algunos de los cuales no han sufragado con oportunidad el pago de capitales e intereses, por lo que no han podido fortalecer sus reservas; de ahí que el dólar en el mercado europeo de divisas, donde compete con monedas más fuertes, ha visto limitada su actuación, pues las economías del viejo continente y Japón, han logrado un nivel de desarrollo económico muy importante. Sin embargo, el dólar no ha perdido su dominio frente a monedas como la nuestra.

Este fenómeno tan complejo es uno de los factores que ha provocado que el intercambio comercial entre Estados Unidos y Latinoamérica continúe siendo tan desigual, frenando nuestro desarrollo.

1.4 EL COMERCIO INTERNACIONAL: FACTORES QUE LO OBSTACULIZAN

Existen otros factores de importancia a considerar para determinar los obstáculos que dificultan el intercambio.

Uno de los factores que inciden en ésta actividad es el hecho de que los países apliquen impuestos a los productos que ingresan al país en calidad de importaciones: Aranceles.

Estos se convierten en obstáculo cuando bajo el pretexto de proteger sus industrias imponen altos impuestos a productos extranjeros, lo que dificulta a los exportadores colocar sus productos a precios competitivos en el exterior, quedando fuera de posibilidades dados los aranceles con que son castigados los productos.

Esta práctica comercial generalmente la llevan a cabo países industrializados con miras a frenar los avances de los países en vías de desarrollo.

De ahí la importancia de lograr que se cumplan los lineamientos planteados en el seno de la organización que fué creada con carácter internacional, cuyas funciones principales están ligadas al Comercio Mundial y una de las más importantes es la de regular las actividades comerciales: el Acuerdo General Sobre Aranceles Aduanales y Comercio, mejor conocido por sus siglas en inglés: GATT.

Sin embargo no sólo los aranceles frenan el desarrollo de las buenas relaciones de intercambio comercial; hay otras barreras que se han levantado entre sí los mismos países, manipulando estas según su conveniencia e intereses.

Tal es el caso de las cuotas, es decir, el número de piezas que un país tiene autorizadas para importar de otra nación. Es decir, constituyen un límite de artículos que un país decide importar condicionando así la capacidad de vender sus productos a los productos extranjeros, que quizá tengan la expectativa de colocar una gran parte de su producción en ese país.

1.5 LA IMPORTANCIA DEL COMERCIO INTERNACIONAL PARA LA ECONOMIA DE UN PAIS

No obstante que sabemos que el comercio entre las naciones proporciona ventajas y beneficios y que además existen obstáculos para un intercambio más libre, esta actividad representa para cualquier país la posibilidad de crecimiento y desarrollo necesarios para lograr ser una nación más firme tanto a nivel macro como microeconómico. Se reconoce entonces que el Comercio Internacional - al igual que el Comercio Nacional - es un recurso para el bienestar y un instrumento para el desarrollo.

La necesidad que un país ha tenido de proveerse de satisfactores: insumos para la producción, tecnología que le permita --- desarrollar planes estratégicos de crecimiento, de crear una infraestructura más firme y sólida, de allegarse de los recursos financieros que internamente no puede generar y le son necesarios para implementar planes y programas de desarrollo económico, todas estas necesidades en su conjunto, ha llevado a nuestro país concretamente, a abrirse al mercado mundial con el objetivo de participar en el concierto internacional como nación con posibilidades de ofrecer satisfactores con altos niveles de calidad.

Como se explicó anteriormente, los principios de Smith y Ricardo, favorecen el comercio entre las naciones y el consecuente grado de especialización en la producción, motivando la apertura del comercio nacional al resto del mundo. Una nación no puede aislarse del medio que le rodea, aún cuando sustente un cierto grado de autosuficiencia.

La experiencia ha demostrado que los países exportadores ven incrementados sus volúmenes de producción y lo más importante: se elevan los índices de eficiencia productiva.

Las razones saltan a la vista: en primer lugar, los productos que compiten en el exterior deben reunir determinadas características y cumplir con estándares de alta calidad; en segundo lugar, y como elemento inherente al anterior, tenemos que para lograr estos requerimientos, los productores se ven obligados a realizar esfuerzos mayores en todos los sentidos.

Debemos evaluar también el impacto de la actividad comercial de un país a nivel internacional, en los rubros e indicadores más importantes de su economía, como el Producto Nacional Bruto (PNB), y la influencia que tiene en la instrumentación de la política económica, así como en el crecimiento y desarrollo económicos.

El Comercio Exterior debe representar para una nación un negocio cuya rentabilidad favorezca su posición económica y se traduzca en términos de crecimiento; un incentivo para las empresas, así como un incremento en el nivel de vida de sus habitantes.

1.6

EL MODELO INDUSTRIAL EXPORTADOR
COMO ESTRATEGIA DE DESARROLLO EN MEXICO

El desarrollo económico se determina en gran medida por la estrategia que un país diseña, caracteriza y hace efectiva su labor hacia el sector externo; pero en este sentido, es condición indispensable hacer compatibles los procesos de comercio exterior, industrialización y desarrollo con el equilibrio externo.

El Comercio Internacional afecta el equilibrio interno de la economía y al mismo tiempo la propia dinámica del crecimiento se ve estrechamente relacionada con el Comercio Exterior.

La teoría del Comercio Internacional nos explica como un país puede mejorar su crecimiento através de la especialización en la producción y en el comercio en relación con su ventaja comparativa. Esta ventaja puede explicarse a través de la productividad relativa del trabajo.

En los países en crecimiento, la relación entre Comercio Internacional y Desarrollo, surge a través del siguiente mecanismo: el motor del desarrollo está dado por la estrategia y el proceso de industrialización, y a su vez, la estrategia y política de Comercio Exterior. En el caso de crecimiento "hacia adentro", a través de la industrialización vía sustitución de importaciones, y en el caso de crecimiento "hacia afuera", a través de economía de enclave ó primario exportador y del modelo de sustitución de exportaciones ó industrial exportador.

El modelo de economía de enclave ó primario exportador tiene sus raíces en la Época Colonial y alcanza su plena expresión en la historia de México durante el período porfirista. Se caracteriza por un crecimiento "hacia afuera", en el que el Estado juega un papel relativamente pasivo, y la economía se desenvuelve bajo el libre juego de las fuerzas del mercado, las cuales están vinculadas directamente con el mercado internacional.

Por otro lado, el modo de operación de la economía se caracteriza por la existencia de un sector líder, el primario exportador, bajo el control de grupos extranjeros. La industrialización se inicia bajo el modelo de enclave exportador, en el que la industria de manufacturas se orienta hacia el mercado nacional, pero la producción consiste en bienes e insumos de tipo tradicional para el mercado interno.

El modelo de sustitución de importaciones surge históricamente a raíz de la Gran Depresión y en la Segunda Guerra Mundial. En el caso mexicano, se profundiza en ese modelo a principios de los 40's y continuó vigente hasta hace poco tiempo. El marco teórico -- del modelo para América Latina, señala como motor de crecimiento la industrialización orientada hacia el mercado interno. La estrategia de sustitución de importaciones supone una organización de la economía en la que el Estado, a través de su acción directa como inversionista, e indirecta a través de su política económica, garantiza una estructura proteccionista y de estímulos a la industrialización como un nuevo camino para el crecimiento.

El proceso se inicia con aquéllos bienes que presentan una demanda existente, los bienes de consumo, posteriormente se avanza en la etapa de bienes intermedios y finalmente en la sustitución de bienes de capital.

En el modelo de sustitución de exportaciones ó industrial exportador, los bienes manufacturados sustituyen a los bienes primarios, como las exportaciones dominantes. La industrialización continúa siendo el motor del crecimiento, pero se hace hincapié en la especialización del sector industrial y en su orientación hacia el sector externo.

La sustitución de bienes de capital, se promueve como una estrategia secundaria, en un marco de especialización y competitividad internacional.

Por otra parte, al indisolubilidad del binomio Comercio Exterior y Desarrollo, no es exclusivo de los países en crecimiento, pues los países industrializados han aumentado su interdependencia en los últimos años. El orden económico financiero internacional afecta significativamente la política económica para el logro del equilibrio externo o de las balanzas de pagos de estos países, y este equilibrio externo a su vez, se encuentra estrechamente vinculado a la política económica para el logro del equilibrio interno, esto es, el alcance de los objetivos del pleno empleo y la estabilidad de precios.

1.7 EL DESEQUILIBRIO EXTERNO

Las relaciones económicas de un país con el exterior se reflejan en su balanza de pagos. El desequilibrio en la balanza de pagos es, a su vez, la manifestación de un proceso de desajuste entre el crecimiento económico y el Comercio Exterior.

Para entender el desajuste entre el proceso de crecimiento y el sector externo en la coyuntura de México, así como las alternativas de política económica que se han presentado, es conveniente distinguir los factores coyunturales de los estructurales que explican el origen del desequilibrio externo.

En este contexto, se entienden por factores coyunturales aquéllos que se deben a desequilibrios en las principales variables económicas dentro del propio modelo de desarrollo. Por factores estructurales se entienden aquéllos elementos que determinan el desequilibrio y que están dados por los límites del propio modelo de desarrollo.

1.8 CAUSAS COYUNTURALES DEL DESEQUILIBRIO EXTERNO

DE MEXICO

a) Desequilibrio de precios y costos Sobrevaluación de la tasa de cambio

La sobrevaluación de la tasa de cambio ocurre a través de un aumento mayor en los precios y costo internos respecto de los internacionales, manteniéndose constantes la tasa de cambio y las tarifas y subsidios al Comercio Exterior, lo que trae un crecimiento acelerado de las importaciones y un freno a las exportaciones.

La sobrevaluación de la tasa de cambio, tiene como origen las mismas causas de las que deriva la inflación interna. En este sentido existieron factores tanto por el lado de la demanda, como por el lado de los costos, e inflación importada y "cuellos de botella" en sectores productivos que explican las causas de la inflación en México.

b) El desequilibrio ahorro-inversión

El desequilibrio presupuestal del sector público tuvo un gran impacto sobre el origen del desequilibrio ahorro-inversión en los últimos años. El sector público tuvo que financiarse progresivamente en forma más importante con recursos inflacionarios de origen interno y externo, debido a una ineficiente política impositiva para autofinanciar el gasto público.

El financiamiento inflacionario del sector público afectó al desequilibrio externo de manera directa al aumentar la demanda interna, lo que redujo la producción disponible para la exportación y aumentó sus compras en el exterior de manera directa a través de su impacto inflacionario.

c) La recesión inflacionaria mundial

La recesión inflacionaria de la economía mundial sin duda, ha tenido un impacto en el deterioro de la balanza comercial de México: por una parte la inflación internacional significó recibir la misma cantidad de importaciones a precios mayores y por otra, la recesión mundial significó una contracción de la demanda externa por nuestras exportaciones.

d) Expectativas devaluatorias: salida de capitales y dolarización del sistema financiero

El proceso inflacionario junto con el creciente déficit en la balanza en cuenta corriente generó expectativas de devaluación del peso. Esta incertidumbre financiera aunada a la incertidumbre política características a partir de 1976, hicieron que el público ahorrador se cubriera del riesgo inflacionario y cambiario, iniciando un proceso de conversión de activos financieros en moneda nacional, por activos en moneda extranjera, junto a una mayor preferencia por activos bancarios de mayor liquidez. Finalmente, esta tendencia y sus efectos se agravaron con los retiros masivos de fondos del sistema bancario, lo que ocasionó que al déficit de la cuenta corriente se añadiera el déficit en la balanza de capitales, obligando esto a la disminución de reservas de divisas en forma extraordinaria.

1.9 CAUSAS ESTRUCTURALES DEL DESEQUILIBRIO EXTERNO:
(DESAJUSTE EN LOS PROCESOS DE DESARROLLO Y COMERCIO EXTERIOR)

Los factores coyunturales más que explicar la causa básica del desequilibrio externo, explican su agudización. La causa estructural que finalmente explica el origen de ese desequilibrio radica en la estrategia de crecimiento y en el modelo y las políticas tradicionales de industrialización vía sustitución de importaciones que ha caracterizado el desarrollo de México. Este fenómeno se observa por varias razones:

- a) El carácter permanente, discriminatorio y excesivo del proteccionismo, que ha provocado una asignación ineficiente de los recursos tanto en el sector primario como en el industrial que han originado el surgimiento de mercados cautivos de empresas nacionales y extranjeras, lo que les ha permitido tener rentas monopólicas (concentrando el ingreso), sin tener que preocuparse por la eficiencia. El hecho de que el precio y la calidad no fueron requisitos básicos para satisfacer los mercados cautivos, significó frenar el crecimiento de las exportaciones.
- b) El rápido crecimiento de las importaciones; el cual se explica porque un gran porcentaje de éstas son bienes de capital, y para la sustitución de estos bienes, no es condición suficiente el esquema de proteccionismo tradicional. De aquí se observa cómo finalmente el desequilibrio en la balanza de pagos es a su vez la manifestación de un proceso de desajuste en el crecimiento o desarrollo económico y el Comercio Exterior.

1.10 UNA NUEVA ESTRATEGIA

El crecimiento económico puede ser acompañado de un proceso continuo y creciente de desequilibrio externo cuando existen posibilidades de financiarlo a través del capital extranjero: Inversión Extranjera y préstamos externos, dado un nivel constante de reservas internacionales. Sin embargo, cuando el pago de servicios al capital extranjero, intereses y dividendos, se convierte en una causa importante del mismo desequilibrio y la deuda externa llega a sus límites manejables, es indispensable corregir el desequilibrio o desajuste entre el crecimiento y el Comercio Exterior.

El primer paso para corregir el desequilibrio externo, se dió mediante la devaluación del peso desde 1976, no obstante, la viabilidad de una devaluación como mecanismo de ajuste del desequilibrio externo requiere que esa medida sea acompañada además, de la política de estabilización del gasto, de un nuevo modelo de industrialización y de una política de liberalización del Comercio Exterior.

La política de Devaluación y Estabilización del Gasto

La devaluación es un instrumento de política general de estabilización del gasto que afectó en forma global a la economía, desviando el gasto o demanda interna y externa a la producción nacional en el sector exportador y el sector que compite con las importaciones. Sin embargo, aunque la economía mexicana tiene capacidad ociosa tanto en mano de obra como en capital instalado y está lejos del pleno empleo, la elasticidad de la oferta del sector de bienes comerciales, no es infinita ni instantánea, por lo que el aumento en la demanda que se generó por la devaluación no se tradujo en un incremento inmediato en la producción y los precios sufrieron una presión al alza.

De ahí la necesidad de una política monetaria y fiscal de reducción del gasto, que permita regular temporalmente la absorción (consumo mas inversión), y dé tiempo para que se reasignen los recursos y factores al sector de bienes comerciables, lo que garantizaría que el aumento en los precios de estos bienes sea acompañado por un aumento respectivo en la producción, evitando así, que una inflación compense los efectos que se producirían por la devaluación. Al mismo tiempo se debe cuidar de no frenar las inversiones en el sector de exportaciones y en algunos sectores básicos en que es posible sustituir importaciones en el corto plazo.

Considerando las características de la economía mexicana, es conveniente destacar que más que una política de reducción del gasto, se requiere una política de estabilización del mismo. Esto se debe a que la devaluación trae por sí misma efectos deflacionarios de alcances considerables, generándose recesiones altamente costosas en producción y empleo. Es decir, la política de estabilización se debe dirigir a regular la demanda agregada, no deprimirla, pues paralelamente se puede caer en la situación de reducir la producción interna.

Sin duda aquí radica el arte del manejo de la política económica que acompaña a la devaluación: Regular el incremento de la demanda agregada y balancear por una lado el impacto inflacionario de la inversión pública y del crédito para producción e inversión, con la necesidad de aumentar la oferta interna de bienes exportables y de bienes competitivos con las importaciones, que es lo que finalmente corregiría el déficit en la balanza de pagos en cuenta corriente, lo cual es el objetivo de la devaluación.

Los efectos de dicha política que han reducido de manera considerable la demanda agregada como consecuencia de la devaluación fueron:

a) El efecto de saldos monetarios reales

El valor real de la oferta monetaria se redujo por la devaluación, dado que los precios internos de los bienes y servicios comerciales se elevaron. El público para establecer el valor real de sus saldos monetarios u otros activos financieros, disminuyó su gasto.

b) El efecto redistribución del ingreso

El aumento de precios que se produce en los bienes y servicios comerciables y de manera indirecta en los no comerciables, que por efecto de la sustitución aumentarían su demanda, produce un efecto de redistribución en favor de los grupos de altos ingresos poseedores del capital. Si la propensión marginal a ahorrar de estos grupos es mayor que las de los grupos de bajos ingresos, es de esperarse la reducción del gasto.

c) El efecto del incremento del déficit en la balanza comercial en moneda nacional

d) El efecto incremento de la deuda externa en moneda nacional

Aunque el costo de servicios de la deuda externa (intereses y amortizaciones), queda fijo en moneda extranjera (divisas), la devaluación incrementó el costo de tales servicios en moneda nacional. De aquí que los sectores público y privado (dependiendo de su participación en la estructura de la deuda externa), incrementarían sus costos por estos servicios en moneda nacional, lo que presionó para una reducción en la inversión y tuvo un costo significativo en producción y empleo.

1.11 EL MODELO DE SUSTITUCION DE EXPORTACIONES O INDUSTRIAL EXPORTADOR

El Comercio Exterior no podía basarse principalmente en la exportación de bienes primarios no sólo porque sus términos de intercambio son inestables y tienden a deteriorarse en el largo plazo, sino porque la magnitud de la producción de dicho sector no es suficiente para financiar las importaciones.

De ahí la necesidad de fomentar el modelo de sustitución de exportaciones ó industrial exportador, es decir, la sustitución especializada y competitiva de bienes de capital. Los bienes manufacturados sustituyen a los bienes primarios como las exportaciones dominantes. La industrialización continúa siendo el motor del crecimiento, pero se hace hincapié en la especialización del sector industrial y en su orientación hacia la exportación. Lo anterior origina el hecho de eliminar el proteccionismo excesivo y promover una industria eficiente y competitiva para exportar.

Ante ello se diseñó el
PROGRAMA DE FOMENTO A LA SUSTITUCION DE EXPORTACIONES
E IMPORTACIONES DE BIENES DE CAPITAL

Este programa contempla entre sus principales objetivos:

a) Realizar un programa selectivo de las principales ramas y productos industriales con capacidad de exportación y de sustitución de importaciones de bienes de capital que representen una ventaja comparativa para el país.

b) Garantizar la tasa de cambio efectiva, real, favorable para el sector exportador que permita en términos generales una rentabilidad relativa mayor al sector exportador respecto al sector de sustitución de importaciones. De manera particular, permitir una protección temporal y selectiva de los bienes de capital que pudieran producirse internamente con eficiencia y competitividad -aunque no en el corto, si en el mediano plazo-.

c) Acompañar a la política anterior, de acciones específicas que permitan eliminar los obstáculos que enfrenta todo proceso de exportación y sustitución de importaciones de bienes de capital.

Esto es:

1.- Garantizar y coordinar la acción de los instrumentos financieros y crediticios no sólo para la comercialización de los productos sino también para la producción e inversión en tales sectores.

- 2.- Procurar el conocimiento y uso específico y efectivo de las técnicas de comercialización e inversión en tales sectores.
- 3.- Promover el desarrollo de tecnologías en los sectores industriales exportador y sustitución de bienes de capital, que permita en este aspecto seguir siendo competitiva a la industria nacional en el mediano y largo plazo.
- 4.- Establecer un programa de coinversión del sector privado nacional y/o público con empresas extranjeras en esos sectores que permitan no sólo una entrada neta de divisas para el país, sino el mantenimiento de la soberanía nacional.

La solución al problema del desequilibrio externo no sólo es condición necesaria para garantizar el crecimiento de la economía mexicana en los próximos años, sino también para poder concentrar los recursos y esfuerzos de política económica en los problemas permanentes del sistema mexicano: esto es, garantizar el empleo y niveles de vida aceptables a la mayor parte de la población.

Hasta aquí se han distinguido las causas coyunturales y estructurales en el desequilibrio de la balanza de pagos. Las medidas mencionadas anteriormente, como la devaluación, deben y debieron hacerse acompañar no de una política de reducción sino de estabilización de la demanda. Por otra parte, éstas políticas tienden a corregir las causas coyunturales del problema, pero se requiere de un modelo de crecimiento, el industrial exportador o de sustitución de importaciones de bienes de capital como estrategias primaria y secundaria respectivamente, así como una política de liberalización del Comercio Exterior, para eliminar las causas estructurales del desequilibrio externo.

Esto es, hacer compatibles los procesos de Comercio Exterior e Industrialización, con el desarrollo económico.

Como explicamos anteriormente, el modelo de industrialización adoptado por un país cualesquiera, tiene una importancia relevante, ya que este determina el tipo de industrias a desarrollar, la estructura y composición de las exportaciones, y en última instancia el proceso de crecimiento económico.

La estrategia de industrialización seguida por muchos países, se ha confinado al tipo de sustitución de importaciones con el objeto de reducir al máximo el déficit comercial y desarrollar al mismo tiempo la capacidad de producción. Esta política ha conducido en muchos casos a incompatibilidades entre la política industrial y al política de exportaciones, a estrangulamientos en algunos sectores y excedentes de capacidad en otros, a un menor grado de eficiencia y en consecuencia a mayores costos; es decir a distorsiones en el proceso de producción.

Con base en las estrategias de desarrollo propuestas, los sectores industriales a desarrollar deben considerar las oportunidades de exportación y de los mercados internacionales. En la medida que el objetivo de toda política de industrialización sea la utilización óptima de los recursos productivos, es interesante investigar si la asignación de los recursos de un país en su proceso de producción concuerda con la política de Comercio Exterior y las posibilidades de expansión.

En México, a partir de 1970, la exportación se ha ido transformando en un factor de creciente influencia en la actividad del sector manufacturero.

El propósito primordial de la sustitución de exportaciones, es contribuir al desarrollo económico general intensificando las exportaciones totales de mercancías y la diversificación de su estructura, no solo por cuanto se refiere a la composición de los productos, sino también con respecto a los mercados de exportación. Tal objetivo lleva consigo otras metas específicas entre las que figuran:

- Mejor utilización de los recursos internos
- Mayor ocupación
- Desarrollo tecnológico en producción, gestión y comercialización
- Expansión del mercado nacional mediante el Comercio Internacional
- Aumentos de los ingresos de divisas

Desde hace tiempo se reconoce la función motora de las exportaciones en el crecimiento de una economía activa, abierta y competitiva: el aumento de las exportaciones implica un proceso acumulativo ampliado por el aumento de la productividad y de la producción que introduce.

A este respecto, más que producir una expansión de las exportaciones por diversas razones se justifica la necesidad de definir una política de sustitución de exportaciones. Entre otros, dos factores aparecen como fundamentales:

- 1.- Evaluación del potencial del país para exportar. En efecto, en México, aparte del reducido número de mercados a donde se exporta, se ignora el verdadero potencial de exportación del país, y dada la tendencia a examinar el sector de Comercio Exterior en una perspectiva de corto plazo, de gestión de la balanza de pagos, resultan inadecuadas las decisiones basadas sólo en función de las exportaciones tradicionales considerando como residuales los otros productos potencialmente comerciables.
- 2.- El segundo factor: Adecuación de la política industrial a la política comercial. La sustitución de exportaciones requiere la definición de un modelo de exportación, o sea, de un conjunto de criterios que puedan orientar la producción industrial hacia los mercados externos.

1.12. LA PROBLEMATICA DEL MODELO DE EXPORTACIONES

Industrialización y Exportación

En la búsqueda de un criterio que permita la expansión de las exportaciones, es necesario definir qué sectores son susceptibles de satisfacerlo y bajo qué condiciones. Para este fin, es evidente la importancia de examinar el concepto de ventaja comparativa.

Vista esta como un criterio de especialización industrial relaciona la dotación de factores de producción con su intensidad tecnológica, la que determina a su vez, un cierto tipo de política de orientación de las industrias.

Este criterio no debe ser el único a tomar en cuenta, si se quiere establecer una estrategia para aumentar las exportaciones se deberá considerar además las posibilidades dinámicas de expansión del comercio, es decir, se evaluarán las perspectivas de crecimiento de la demanda internacional y las posibles restricciones al comercio mundial.

Si bien otros objetivos tales como la generación de empleo, el ingreso de divisas, el crecimiento y desarrollo económicos, etc. pueden cumplirse al mismo tiempo, no debe olvidarse que pueden constituir móviles de la expansión de las exportaciones.

Si la ventaja comparativa aparece como un criterio de asignación de recursos, es necesario investigar en qué medida el modelo de industrialización seguido en México corresponde a la utilización intensiva de los recursos más abundantes.

El hecho de que muchos países en desarrollo, la naturaleza de sus exportaciones se caracteriza por un tipo de producción de bienes primarios ó recursos naturales - con fluctuaciones y elasticidades de precio e ingreso importantes - ha sido utilizado como argumento para limitar la especialización y extender la industria en forma simultánea a todos los sectores.

Entonces frente a la visión de las ventajas comparativas que establece la existencia de una estrecha relación entre la producción y el comportamiento de las exportaciones mediante la asignación y la utilización extensiva de los recursos más abundantes, existe el tipo de industrialización sustitutiva de importaciones que, como en el caso de México al abrigo de altas tasas de protección, ha conducido a un tipo de especialización intrasectorial de la producción, originando una relativa concentración entre ciertos sectores, que no asegura la compatibilidad entre la política de industrialización orientada principalmente al mercado interno y la estructura de las exportaciones.

Un signo de esta incompatibilidad, es el caso de los sectores más "abiertos" al comercio, es decir, los sectores de mayor exportación en relación con la producción que son generalmente más intensivos en recursos menos abundantes y relativamente más caros, al pretender alcanzar un mayor crecimiento económico buscando al mismo tiempo un equilibrio en la balanza de pagos.

Esta incompatibilidad, es aún más marcada ante el fenómeno de competencia extranjera, concepto que implica condiciones desiguales para los diferentes países debido a una relación de dominación por parte de las economías avanzadas.

Es así como la falta de competitividad de las economías menos avanzadas debido en parte al efecto de dominación junto con la inelasticidad de la oferta, hace que una acción sobre la demanda efectiva no tenga gran incidencia sobre la producción total y que se registre más bien un aumento casi general de las importaciones.

Es por ello que la estrategia de promoción de exportaciones con base en ayudas e incentivos como consecuencia de las políticas proteccionistas necesarias a su proceso de industrialización, no ha tenido resultados importantes en el aumento de exportaciones. Las políticas de protección afectan la competitividad externa de los sectores, pero al mismo tiempo pueden ser una etapa necesaria para establecer la capacidad productiva. Este último proceso debe ser dinámico, pues su excesiva prolongación puede tener efectos negativos. Sin embargo la política proteccionista puede ser un paso necesario para desarrollar un sector exportador de manufacturas. Las limitaciones al crecimiento de las exportaciones vienen primero por la falta de capacidad de producción; una vez superada esta etapa, las limitaciones provienen de la falta de competitividad.

Esta resulta del proteccionismo que en la forma de tarifas, cuotas, sistemas de permisos de importaciones, etc., se traduce en diferentes costos crecientes: pérdida en la eficiencia de las industrias protegidas y de iniciativas y alternativas de inversión (costo de oportunidad), pérdida de incentivos en las industrias para reducir costos y costos sociales innecesarios traducidos en altos precios aplicados por aquellas industrias que constituyen monopolios. La reducción del proteccionismo disminuirá tales costos en el primer caso sustituyendo la producción nacional por importaciones, y en los dos últimos casos, la producción nacional deficiente permitirá reducir los precios.

Los resultados del proteccionismo se reflejan en el tipo de especialización industrial en los sectores que utilizan intensivamente el capital donde la protección efectiva es más elevada, favoreciendo una mayor producción en los sectores intensivos en el factor más escaso.

El modelo de especialización del Comercio

En el modelo de desarrollo con sustitución de importaciones que ha seguido México, el incremento progresivo de la producción interna no ha obedecido generalmente a un criterio de utilización relativa de los recursos abundantes, sino a un principio de integración vertical, a pesar de que pueda existir una correlación positiva entre los sectores intensivos en trabajo (tan necesario en nuestro país) y sectores productores de bienes de consumo.

Entonces en el proceso de desarrollo se deja de importar bienes de consumo y se intensifica la participación de las importaciones de insumos y bienes de capital. La ventaja aparente del país, es decir, la utilización relativa de los recursos abundantes y escasos, dependerá de los requerimientos de factores de producción en las diferentes etapas de sustitución y por consecuencia el criterio de asignación eficiente se ve deformado.

La sustitución de exportaciones, al contrario, pretende romper la inadecuación entre esta estrategia industrial y la especialización de un país cuyo objetivo consiste en la actualización gradual de la ventaja comparativa o sea, de una asignación eficiente de los recursos.

A fin de realizar esta actualización, se hace necesario un análisis del tipo de especialización del comercio.

Según la teoría neoclásica del Comercio Internacional, un país tiende a especializarse en los sectores de producción que utilizan de manera intensiva los recursos abundantes. Naturalmente se requiere una medida de la disponibilidad de los factores para poder apreciar si la utilización de esos recursos corresponde a la abundancia relativa.

La necesidad de una alternativa en la estrategia de industrialización mediante la expansión de las exportaciones de manufacturas requiere una definición en cuanto a la especialización de la producción. Si además se considera una política de sustitución de importaciones, definida como la actualización gradual de las ventajas comparativas de un país, es esencial evaluar este potencial y caracterizar la especialización del comercio exterior mexicano. Con base en el concepto de ventaja comparativa que favorece la producción en los sectores intensivos en recursos abundantes, se puede concluir que el comercio exterior mexicano ha habido contradicción con este criterio debido a la estructura del comercio ha presentado los siguientes elementos:

- 1) La participación creciente de la industria maquiladora en las exportaciones que establece una dicotomía entre la producción intensiva en trabajo y menos integrada con el resto de la economía, y la producción en los sectores más protegidos que debido a la política comercial, se concentraba en actividades intensivas en capital y se orientaban al sector interno.
- 2) Un segundo elemento que condiciona la apertura del comercio es el alto proteccionismo a la industria, que hace que las ventas en el mercado interno sean más rentables ; este efecto de distorsión se hace más patente en los sectores más protegidos, hecho que parece confirmar por qué las exportaciones mexicanas presentan el comportamiento de las exportaciones residuales, es decir, que los productores exportan principalmente excedentes.
- 3) Otro elemento que ha jugado en el comportamiento de las exportaciones mexicanas es la inversión extranjera que se ha orientado principalmente al mercado local.

1.13 LAS EMPRESAS TRASNACIONALES Y EL COMERCIO EXTERIOR DE MEXICO

Las empresas extranjeras, como hemos mencionado, juegan un papel de gran importancia en el comercio mexicano tanto a nivel nacional como internacional. En primer lugar las Empresas Trasnacionales (ET), tienen dos implicaciones de política económica:

- 1) Control extranjero en éstas empresas (y por consiguiente en una parte considerable de nuestro Comercio Exterior).
- 2) La dependencia de importaciones a que están sujetas.

La trasnacionalidad es un factor significativo en la creación del Comercio Exterior. Las trasnacionales exportan maquinaria , productos terminados y materiales semiterminados; estos últimos parecen el componente más importante de los flujos comerciales de éstas empresas, lo que indica que la integración vertical entre matrices y subsidiarias es una de las causas estructurales más importantes del Comercio Exterior.

Tanto en la capacidad de adaptación o de innovación de productos asociados con la intensidad , como la de diferenciarlos sólo con la publicidad, son elementos que confieren a las trasnacionales cierto poder de mercado , y por tanto, una ventaja específica con respecto a otras empresas: su tecnología, su mercadotecnia y publicidad.

Ambos elementos están asociados con la diferenciación de los productos y con los elementos oligopólicos que se derivan en gran parte de tal diferenciación.

Sin embargo, uno y otro presentan características diferentes de poder oligopólico , de organización industrial y de especialización internacional.

Organización Industrial e Inversión Extranjera Directa

Se han distinguido varios tipos de inversión extranjera directa según la forma en que esté organizada la empresa.

Así, hay trasnacionales que se expanden en el extranjero con un esquema de integración horizontal, es decir, adquiriendo empresas en el país anfitrión (en vez de crear nuevas plantas), y produciendo en esencia los mismos bienes que fabrican en sus países de origen. Hay otras empresas en las que el diseño y la ingeniería son importantes y por otro lado prefieren crear nuevas plantas en el país anfitrión.

Al integrarse éstas con la casa matriz, la expansión trasnacional toma la forma de integración vertical, la cuál puede ser hacia adelante, es decir, asignando a las filiales en el extranjero una función más avanzada en el proceso productivo y de distribución, ó hacia atrás, cuando las filiales realizan partes menos avanzadas del proceso que las que lleva a cabo la casa matriz.

Las mayores ventajas de las trasnacionales, radican en su mercadotecnia y su tecnología.

- a) Se caracterizan por su tecnología intensiva y fuertes gastos -de investigación y desarrollo (ID). Se denominan de diferenciación tecnológica (material fotográfico, industria farmacéutica, equipo científico, por ejemplo).
- b) En el segundo grupo no son tan frecuentes los cambios físicos tecnológicos de los productos. Empero éstos son objeto de intensa diferenciación a base de publicidad y mercadotecnia. Estas industrias son la alimentaria, el vestido, tabaco, cosméticos (diferenciación por publicidad).
- c) El tercer grupo no fabrica artículos diferenciados aunque en algunas industrias existe intensidad tecnológica (petróleo, fertilizantes), los productos de éstas empresas, así como las materias primas esenciales para su fabricación, están estandarizadas, en vez de diferenciadas. Su denominación: productos no diferenciados.

Las ventas de las empresas trasnacionales en las industrias de diferenciación tecnológica dependen en medida significativa de las importaciones y exportaciones por empresa, lo que en gran parte puede explicar los flujos de comercio intra industrial.

En los otros dos grupos (diferenciación por publicidad y productos no diferenciados), las exportaciones no están relacionadas positivamente con las importaciones.

En el primer caso, las economías de escala no implican especialización en modelos, ya que las diferencias entre éstos son de empaque y presentación y no de componentes y tecnología. Por el contrario, la empresa trata de producir toda gama de modelos de la casa matriz para aprovechar las economías de escala en la mercadotecnia y optimizar el uso de materiales de promoción y publicidad. Las exportaciones de este grupo son débiles, porque se trata de productos que las trasnacionales fabrican en todos los países en los que se establecen.

En el grupo de industrias de productos no diferenciados, las exportaciones se explican principalmente por el tamaño de la planta y no dependen de la importación de componentes, ya que se trata de materiales estandarizados que se pueden encontrar en el mercado nacional. El tamaño de la planta, es así, el principal determinante del volumen de Comercio Exterior y la integración vertical es limitada por tratarse de productos no diferenciados.

No se puede generalizar al hablar del efecto de las transnacionales sobre el Comercio Exterior. Las transnacionales que mayor efecto tienen en éste renglón son las que se localizan en ramas donde la tecnología y la organización industrial facilitan la integración vertical entre las filiales y sus casas matrices.

La política mexicana en materia de inversión extranjera directa se ha concentrado tradicionalmente en impulsar la participación del capital nacional en dichas empresas. No obstante, no hay indicación alguna de que debido a tal participación, las empresas mixtas o las coinversiones se comporten en forma distinta a las de la mayoría extranjera.

Esto apoya la noción de que la participación nacional en el capital no es suficiente para reordenar los patrones de Comercio Exterior de las transnacionales.

Aunque las transnacionales tienen una participación significativa en la exportación de productos manufacturados, hay varios hechos que merecen atención:

1) La mayor parte de éstas exportaciones son operaciones intraempresariales, lo que plantea la cuestión de cuán eficaz es la política general de nuestro país para regular los flujos de comercio si el comprador y el vendedor son la misma empresa.

2) Dichas importaciones tienen lugar dentro de esquemas de especialización internacional que obligan a mayores importaciones y originan una carga fuerte para el déficit comercial de México.

Si México se va a integrar en mayor grado a la economía internacional en los años futuros, es necesario definir hasta qué punto se desea que ésta tarea quede casi exclusivamente en manos de empresas controladas desde el extranjero, y qué instrumentos deberán utilizarse para reorientar la contribución de las transnacionales al desarrollo económico nacional.

En la medida en que los costos de financiamiento externo se eleven al aumentar la escala de operaciones de las transnacionales en México y en que otras necesidades del país se vuelvan más apremiantes (autosuficiencia industrial y aumento del empleo), debe considerarse con atención los costos y beneficios que representan los patrones de comercio exterior de dichas empresas.

1.14 LA INDUSTRIA MAQUILADORA COMO GENERADORA DE DIVISAS Y EMPLEO

Existe otra variante dentro de las formas de intercambio comercial entre países: la industria maquiladora. Al hablar de maquiladoras en el contexto de la economía internacional, debemos hablar necesariamente de la división internacional del trabajo.

Las maquiladoras podrían definirse como una expresión de complementación industrial a nivel del proceso productivo entre países y por lo tanto dicha complementación se lleva a cabo en términos internacionales. La división del trabajo que esto implica, se basa no necesariamente en los recursos materiales de cada país; conluga invariablemente los diferentes niveles de desarrollo.

Entonces, el sistema de maquila consiste en la división física del proceso productivo.

Una planta puede dividirse en dos y lograr que un país retenga una fase del proceso productivo, aquella que genera desde la maquinaria para hacer la maquinaria, hasta la maquinaria que hace los componentes y partes de alta tecnología, y que en términos de funciones de producción se consideran intensivos en capital y por el otro lado tenemos a los países que supuestamente tienen una desventaja comparativa en este sentido y se van a concentrar en la fase intensiva de mano de obra del proceso productivo.

De esta forma bajan los costos de producción comprimiendo los costos de los salarios, aumentando así su competitividad y manteniendo su liderazgo tecnológico.

Para los países en vías de desarrollo las maquiladoras representan fuentes de empleo y generadoras de divisas, además de ser un medio de capacitación que sirva de impulso al desarrollo industrial y conocer nuevos canales de comercialización.

1.15

ALTERNATIVAS DE POLITICA ECONOMICA

La problemática internacional debe sus orígenes al tipo de economía internacional diseñado en la segunda postguerra. Es un sistema económico formado a partir de dos elementos básicos.

- 1) Reorganizar el sistema de comercio mundial, permitiendo que los países derrotados se incorporaran nuevamente a la producción y al consumo, a la importación y a la exportación, pero a partir de un solo país, que en ese momento había concentrado la gran mayoría de los bienes exportables y, sobre todo, su capacidad para producirlos, y más del 80% de las reservas que apoyaban los medios de pago que harían posible el intercambio.
- 2) La conservación del sistema capitalista que se enfrentó a una división del mundo no conocida hasta entonces, compitiendo con un sistema de producción distinto que poco a poco parecía ganar mayores aliados.

En el momento que Estados Unidos empezó a tener dificultades para exportar sus productos a los mercados de los países avanzados, tuvo la necesidad de proteger la colocación de sus artículos en su propio mercado, a fin de evitar la competencia de las naciones industrializadas.

A esto se agregó el fortalecimiento de varias empresas a nivel internacional, que posteriormente estuvieron en posibilidades de imponer condiciones al propio sistema que les dió origen.

Sin embargo era necesario atender las demandas de los países subdesarrollados, quienes pedían los apoyos necesarios para dejar de serlo. Es así como surgen: La Agencia Internacional de Desarrollo, el GATT, los Sistemas Generalizados de Preferencias, y los financiamientos de una parte del gasto local, por parte de las agencias financieras internacionales.

La solidaridad internacional se transforma en una pieza para la retórica, y al buscar cada país su prosperidad, se pone nuevamente de manifiesto, y ahora en el plano internacional, que la búsqueda individual de la prosperidad no conduce, no puede conducir a la prosperidad colectiva.

1.16 VENTAJAS Y DESVENTAJAS DEL INGRESO DE MEXICO
AL GATT

En el área del Comercio Internacional hay dos conjuntos básicos de derechos y obligaciones. El primero es el GATT, el segundo existe fuera de ese acuerdo y depende de los diferentes tratados bilaterales y multilaterales que cada país integra.

Bajo este régimen legal se encuentran países como la Unión Soviética, China, Irán y Arabia Saudita entre otros.

En términos generales puede decirse que el sistema del GATT concede más derechos a sus miembros a cambio del compromiso de establecer una cierta disciplina en algunas áreas de la política económica y comercial. Inversamente el régimen fuera del GATT permite mayor libertad de acción en términos de política económica y comercial, a costa de menores derechos frente al resto de los países.

A continuación se presenta una comparación entre el conjunto de derechos y obligaciones en Comercio Internacional con que contó México hasta hace poco, con el que tendrá como miembro del GATT. Con esto se intenta responder tres cuestionamientos:

- 1) Qué ventajas y desventajas tenía México con el régimen anterior de Comercio Exterior
- 2) Qué conjunto de derechos y obligaciones ofrece el GATT y cómo opera este organismo en la práctica
- 3) Qué cambios implica para México su ingreso al GATT

Sin embargo, antes de entrar en materia pensamos que es conveniente una breve explicación de algunos términos de uso frecuente:

Acuerdo General Sobre Aranceles Aduaneros y Comercio: Es el texto que contiene las disposiciones generales en materia de Comercio Internacional aceptadas por los países signatarios. Actualmente son aproximadamente 90 países desarrollados, en desarrollo y socialistas, que en conjunto realizan más del 85% del Comercio Internacional.

GATT (General Agreement of Tariffs and Trade): En general cuando se habla del GATT se hace referencia a la institución que administra el Acuerdo General y no al texto mismo.

Parte Contratante: El Acuerdo General es un contrato firmado por países que en el texto se denominan partes contratantes. Cuando el término se usa en plural por lo general se refiere a los miembros del GATT cuando actúan colectivamente.

Arancel: Es el cargo que se impone a alguna mercancía al internarla en el territorio de un país. Normalmente es un porcentaje del valor de la misma.

Barrera No Arancelaria: Son otros mecanismos para controlar las importaciones. Los más frecuentes son los permisos de importación y las cuotas.

Concesión Arancelaria: Es la reducción de un arancel que hace un país para que otro aumente su volumen de exportaciones. Si bien en teoría, dicha reducción beneficia tanto al exportador como al importador, el móvil principal del sistema de negociación de productos del GATT es la obtención de mercados y no de productos a bajo precio.

Las deficiencias del Sistema Legal de México
el el Comercio Internacional

México no ha tenido un cuerpo legal unificado en el que figuren sus derechos y obligaciones en el ámbito del Comercio Internacional. Existe en cambio, un conjunto heterogéneo de tratados multilaterales y bilaterales que definen su sistema legal en el Comercio Mundial.

El tratado multilateral más amplio es la Carta de Naciones Unidas. De ella se desprenden tres principios generales que cubren el Comercio Internacional. El artículo 2.1 establece la igualdad soberana de todos los estados y fija la base legal del derecho de cada país a escoger libremente su régimen económico y por tanto, comercial.

El artículo 2.3 consigna el principio de la solución pacífica de las controversias, lo cual también es aplicable al Comercio Internacional.

Finalmente en los artículos 55 y 56 los miembros de las naciones Unidas se comprometen a tomar medidas conjunta o separadamente, para crear las condiciones de estabilidad y bienestar que conduzcan a que las relaciones entre las naciones sean pacíficas y amistosas.

Uno de los medios con los que la ONU lleva a cabo éstos principios es la Conferencia de las Naciones Unidas Sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD). Entre los mandatos de ésta institución figura el de formular principios y políticas sobre Comercio Internacional y sobre problemas afines al desarrollo económico, e iniciar medidas para negociar y aprobar instrumentos jurídicos multilaterales en la esfera del comercio.

A pesar del mandato otorgado a la UNCTAD, el tratamiento que éste ha dado a los problemas del comercio y desarrollo es únicamente general, sin tocar las reglas de operación o aspectos específicos.

México también se ha adherido a otros tratados multilaterales que establecen derechos y obligaciones para sus miembros. Su cobertura, sin embargo se restringe al ámbito regional (como el tratado de Montevideo 1980 que creó la ALADI), o a un conjunto específico de mercancías (como el Acuerdo sobre Comercio Internacional de Textiles).

Estos tratados establecen mecanismos específicos para llevar a cabo sus metas. Con base en ellos, México examina regularmente su comercio con varios países de América Latina. Aunque parciales, estos acuerdos son canales válidos y útiles de negociación.

Además se cuentan los tratados bilaterales en materia económica y comercial que México ha firmado y ratificado: al mes de Octubre de 1986 estaban vigentes 107, 26 de ellos con sus principales socios comerciales, aunque también ha celebrado 44 con otros países que no son socios comerciales principales ni pertenecen a América Latina o a la CEE.

Esto puede reflejar la preocupación por tener una cobertura amplia en el reconocimiento de derechos y obligaciones mediante tratados bilaterales.

En el tema de Comercio Internacional hay 40 tratados bilaterales (de amistad, de comercio, de navegación), 8 con los principales socios comerciales y 17 con otros países que no son socios ni pertenecen a América Latina o a la CEE. El bajo número de este tipo de tratados puede explicarse por el tratado de Montevideo, que en buena parte suple a los instrumentos bilaterales.

Sería difícil analizar uno a uno de los tratados bilaterales para determinar su eficacia; sin embargo en los convenios de este tipo no suelen señalarse los mecanismos específicos para llevar a cabo sus objetivos. Tampoco se prevé lo que debería hacerse en caso se suscitarse problemas concretos como subsidios a la exportación, dumping, valoración aduanera, etc. Y con esto se pierde la predictibilidad en las relaciones comerciales.

Las deficiencias

La cobertura legal de México con el Comercio Internacional, basada en acuerdos multilaterales parciales y básicamente en acuerdos bilaterales ha permitido eludir compromisos multilaterales, pero ha impuesto varios costos:

En primer lugar es un sistema sumamente complejo, inestable y difícil de manejar y administrar. Para ser eficiente sería necesario efectuar un trabajo muy detallado de negociación - país por país - con mecanismos específicos que fijaran y pusieran en práctica los compromisos. Si tal cosa se lograra, en México tendrían que otorgarse derechos y garantías a los otros países, con lo cual obviamente nuestro país aceptaría ciertos límites en su política económica y comercial.

Un segundo inconveniente es la ausencia de un marco multilateral de negociación y garantía de compromisos. Para un país como México, con bajo peso en la economía mundial y con socios comerciales muy poderosos, quizá será mejor contar con un mecanismo multilateral que permita equilibrar el poder relativo de las partes en las negociaciones comerciales. Además, en caso de controversias, es obvio que una crítica de un país poderoso sancionada por un organismo multilateral tiene más peso que una queja surgida de un marco bilateral.

En tercer lugar, al buscar acuerdos bilaterales con miembros del GATT que son los países comercialmente más importantes difícilmente se podrían obtener condiciones de negociación mejores que los que éstos otorgan a los demás miembros del GATT, por estar obligados a ello con la cláusula de la nación más favorecida. Esto da a México, automáticamente, un nivel de derecho inferior o cuando mucho igual al de los miembros del acuerdo.

Finalmente, la negociación bilateral no es un mecanismo idóneo para hacer frente al cúmulo de problemas comerciales multilaterales de hoy, que implica acuerdos y reglamentaciones aceptadas por muchos países. De hecho, la Tesis de México en los foros multilaterales, es que los problemas internacionales de hoy no pueden solucionarse - con acuerdos bilaterales sino mediante arreglos multilaterales.

Es probable que hasta hace poco no se hayan sentido las deficiencias del sistema legal de México en el Comercio Internacional - por la poca importancia de sus exportaciones no petroleras, las cuales han debido aumentar considerablemente. Por ello fue necesario dotar a las exportaciones mexicanas con una mayor protección legal - en el exterior. De ahí que el GATT se planteara como una mejor opción para tales efectos.

El Sistema Legal del GATT

El GATT cumple dos propósitos fundamentales. Por una parte constituye un marco normativo de las relaciones comerciales internacionales; por otra parte sirve de foro para las negociaciones comerciales de los países miembros.

Como marco normativo, el Acuerdo General sienta las bases para un comercio abierto y liberal. Abierto en el sentido de que otorga los mismos derechos a todas las partes contratantes y evita discriminaciones que pudieran llevar a un proceso de restricciones - comerciales competitivas. Liberal, porque está basado en el principio de la economía clásica liberal, según el cual, si cada país se especializa en la producción de las mercancías en las que tiene ventajas comparativas, el producto total mundial de cada bien, necesariamente aumenta.

Para dar lugar a tal comercio, se requiere por lo tanto, un conjunto de principios que establezcan:

- a) La no discriminación de los miembros y
- b) Que el elemento determinante de los flujos comerciales entre países sea en la medida de lo posible, la diferencia entre los precios internacionales y los nacionales.

Principios y Reglas más Sobresalientes del GATT

No discriminación

Este principio relativo al trato de la nación más favorecida, establece que cada parte contratante se compromete a conceder de manera inmediata e incondicional, a todas las demás, cualquier ventaja, favor, privilegio ó inmunidad, en materia de derechos de aduana , y cargas de cualquier clase a la importación o a la exportación.

Este es el mecanismo que se ha encontrado para crear un comercio abierto, con ésta cláusula las partes contratantes también se comprometen a no utilizar el comercio como medio para discriminar entre países.

Estabilidad de las Concesiones

Otro principio del Acuerdo General es la búsqueda de condiciones estables para el comercio y la eliminación de la incertidumbre entre los mercados. Buena parte de las disposiciones del Acuerdo General, tienen el fin de asegurar que los países respeten las concesiones otorgadas y no eleven los derechos de importación una vez concedidos. De esta forma se establece la seguridad de que los derechos aduaneros serán estables y previsibles.

Bajo estas condiciones una parte contratante puede retirar las concesiones de un producto determinado, siempre y cuando compense a sus socios comerciales con otra concesión equivalente.

La Protección Mediante Aranceles Básicamente

Una de las reglas del comercio liberal es que en la medida de lo posible, el elemento determinante de las corrientes comerciales sea la diferencia entre los precios nacionales y los internacionales. Esto llevaría a que cada país se especializara en los productos de puede producir más eficientemente.

Una forma de acercarse a tal objetivo es la protección del mercado mediante aranceles en lugar de cuotas ó permisos de importación. El arancel permite proteger a los productores nacionales de la competencia del exterior pero dentro de ciertos límites. Además concede al consumidor la posibilidad de escoger entre productos a partir de ciertas restricciones de precio, asimismo, revela de manera directa el grado de protección del mercado.

Contrariamente, las restricciones distintas del arancel, como los permisos ó cuotas de importación o su prohibición, aíslan al mercado protegido de los precios del exterior. Además, no son transparentes, pues a partir de ellos no se puede determinar qué tan protegido está el mercado.

Por estas razones, el Acuerdo General establece que el arancel es el método básico para regular la competencia con el exterior.

En el Acuerdo General ninguna parte se obliga a reducir algún arancel en ausencia de un acuerdo especial. Ciertamente uno de los objetivos del GATT es reducir los aranceles a la importación. Para ello se realizan las conferencias ó rondas de negociación.

Reciprocidad

Dado que el GATT es un foro de negociación, fué necesario establecer el principio general bajo el cual se realizan las negociaciones. En el preambulo, el Acuerdo General, establece que el trato entre países se realizará a base de reciprocidad y de mutuas ventajas.

Los países en desarrollo han argumentado con éxito que no puede haber trato recíproco entre países con capacidad económica desigual. Al respecto, diversas disposiciones del Acuerdo General reconocen que los países en desarrollo pueden recibir un trato especial y más favorable de las otras partes contratantes.

Trato a los Subsidios a la Exportación y al Dumping

Con el objeto de que la corriente internacional de bienes responda básicamente a la diferencia de precios entre países, el Acuerdo General regula el trato a los subsidios a la exportación, ya que pueden afectar las corrientes del comercio. En este sentido el Acuerdo General establece que cualquier subsidio que tenga por efecto directo o indirecto aumentar las exportaciones de un producto deberá notificarse por escrito a las partes contratantes.

En los casos en que se determine que tal subsidio cause o amenace causar un perjuicio grave a los intereses de otra parte contratante, la que lo haya concedido examinará la posibilidad de limitarlo.

El acuerdo faculta a cada parte contratante los efectos de un subsidio a un artículo exportado a su territorio mediante la aplicación de derechos compensatorios. Estos son impuestos al producto importado para compensarse el beneficio que recibió de un subsidio.

La condición para ello es que se pruebe que el subsidio en cuestión causa o amenaza causar perjuicios importantes a una producción nacional ya existente, o que retarda considerablemente la creación de una rama de la producción nacional.

En suma, el Acuerdo General no proscribe los subsidios a la exportación, pero establece que los que causen o amenacen causar daño a otra parte contratante, se eliminan o se anulan mediante impuestos compensatorios.

El Dumping que permite la introducción de los productos de un país en el mercado de otro a un precio inferior a su valor normal queda proscrito en el Acuerdo General bajo las mismas condiciones que los subsidios.

Salvaguardias y Medidas de Protección

El Acuerdo General reconoce que el comercio puede tener temporalmente efectos nocivos en una economía, lo cual puede hacer necesario revertir de modo temporal las concesiones arancelarias. Por ésta razón, existen varias disposiciones por las cuales los países pueden recurrir a una "salvaguardia" que los exime de algunas de las obligaciones del Acuerdo General y les permite protegerse de tales perjuicios.

La condición para aplicar una salvaguardia es que el producto importado cause o amenace causar un perjuicio grave a los productos del país importador. En casos especiales, se permite la suspensión total o parcial de la concesión, con objeto de prevenir o reparar los perjuicios causados.

Un país puede recurrir a una salvaguardia cuando enfrenta problemas financieros externos y de equilibrio en su balanza de pagos. Esta disposición es muy importante para países como México, que enfrenta este tipo de problemas, pues constituye un recurso que puede diluir de manera considerable, sus compromisos durante el lapso en que persistan nuestras dificultades.

SOLUCION DE DIFERENCIAS

Uno de los aspectos más importantes del GATT es su función como mecanismo para solucionar diferencias entre las partes contratantes. Puede decirse que uno de los principios del Acuerdo General es que las diferencias entre los miembros deben alcanzar una conclusión mutuamente satisfactoria.

En el Acuerdo General no hay un procedimiento único para solucionar diferencias entre las partes contratantes. En su lugar, el Acuerdo contiene más de treinta procedimientos particulares, a los que hay que agregar otros acordados posteriormente, que no figuran en dicho texto.

La solución de diferencias en el GATT no es un proceso legal, - en el cual una entidad imparcial emite un fallo conforme a la ley y al que las partes en conflicto deben ajustarse. En su lugar existe un procedimiento "cuasi-judicial" por el cual las partes involucradas en una diferencia, entran en consultas a través de varias etapas, hasta llegar a una conclusión mutuamente satisfactoria.

Hay varios elementos comunes en las distintas instancias de solución de diferencias del Acuerdo General. Normalmente se suceden progresivamente, constituyendo recursos escalonados de solución.

Ellos son:

- 1) Las consultas bilaterales
- 2) La solicitud de una entidad o persona para que interponga sus buenos oficios para la reconciliación de las diferencias que subsistan.
- 3) La solicitud de las partes contratantes de que establezcan un grupo especial que analice el problema y emita una opinión consultiva. Luego de esto las partes contratantes emiten una recomendación.

Se advierte que el procedimiento para la solución de diferencias desemboca en un mecanismo de negociación y no en un proceso legal. Cuando intervienen las partes contratantes, emiten una recomendación que no constituye un fallo y que en términos legales no obliga a los países. Este procedimiento sui generis de solución de diferencias en el que simultáneamente intervienen elementos legales y la voluntad política de los gobiernos, ha hecho que el GATT se considere como una institución flexible y pragmática, pues está abierta a soluciones donde intervienen conjuntamente la ley y el poder.

Debe tomarse en cuenta, que las partes contratantes no han querido delegar en una instancia superior la facultad de decidir sobre sus diferencias. Si bien el procedimiento tiene varios inconvenientes, su reformulación no parece ser un problema prioritario para los miembros del GATT.

1.17 SISTEMA GENERALIZADO DE PREFERENCIAS

Otro mecanismo a través del cual se puede acceder a los mercados con un tratamiento preferencial, es el Sistema Generalizado de Preferencias (SGP), mediante el cual los países industrializados conceden ventajas arancelarias a los países en desarrollo.

El SGP fue acordado en la segunda reunión de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD), realizada en Nueva Delhi, India en 1968. El objetivo fue promover el desarrollo de los países no industrializados facilitándoles la comercialización de sus manufacturas, semifabricados y ciertos productos primarios, otorgándoles rebajas arancelarias que inclusive podrían ser del 100% de manera generalizada y sin reciprocidad.

Como la mayoría de los países industrializados que otorgarían el SGP eran miembros del GATT, antes de poner en vigor sus esquemas preferenciales debieron negociar en el Acuerdo General una exención de sus obligaciones para con los miembros de este organismo respecto al tratamiento preferencial de los países en desarrollo; puesto que de no haberlo hecho, por el principio de la cláusula de la nación más favorecida, hubieran tenido que hacerla extensiva a todas las partes contratantes del GATT.

Fué así como desde 1971 se comenzaron a poner en vigor los esquemas preferenciales; el primero de los cuales fue el de la Comunidad Económica Europea.

La Comunidad Económica Europea está integrada por Bélgica, Dinamarca, España, Francia, Grecia, Holanda, Irlanda, Italia, Luxemburgo, Portugal, Reino Unido y la República Federal Alemana. Esta comunidad otorgó preferencias para toda su tarifa de importación y anualmente por reglamento de la Comisión de las Comunidades Europeas aprueba determinadas bases de aplicación del SGP a productos industriales, productos textiles y productos agrícolas.

El esquema comunitario señala de acuerdo a los tipos de productos, cuotas individuales por países o territorios beneficiarios o contingentes por productos. También pueden señalarse cantidades máximas por país miembro de la comunidad.

Otros esquemas preferenciales existentes son los que han puesto en vigor Australia, Austria, Bulgaria, Canadá, Checoslovaquia, Finlandia, Hungría, Japón, Noruega, Nueva Zelanda, Polonia, Suecia, Suiza y la Unión Soviética.

Independientemente de las características especiales que tienen cada uno de los esquemas, en general, se puede decir que son poco aprovechados por los países en desarrollo, pues se desconoce su funcionamiento e inclusive su existencia. Esto pudiera ser una evidencia de que la información para despertar el interés por la exportación no ha sido lo bastante difundida. También puede interpretarse que antes de ofrecer a los países en desarrollo preferencias arancelarias, era necesario otorgar otra serie de estímulos previos que impulsaran la producción de éstos países para estar en condiciones de exportar.

En ocasiones, las preferencias no se aprovechan debido a que el exportador está obligado a cubrir ciertos requisitos que establece el país importador. Uno de éstos, aplicado por todos los países otorgantes, es el Certificado de Origen; documento que es expedido por las autoridades comerciales o por las Cámaras de Comercio o de Industria como comprobante de que el producto que se exporta contiene un mínimo de componentes originarios del país exportador.

En virtud de lo anterior podemos afirmar que existen medios para obtener un tratamiento preferencial para las exportaciones mexicanas por parte de los mercados de los países industrializados.

El negociar con estas naciones en el GATT o con los países en desarrollo en ése u otros foros, no significa de ninguna manera que el mercado mexicano se verá invadido por productos extranjeros ni que los productos mexicanos podrán acceder a los mercados mundiales con todas las facilidades. En ambos casos, son necesarias condiciones competitivas de calidad, precio y oportunidad de entrega. En otras palabras, se requiere eficiencia.

Lo que promueve en la negociación internacional es poder otorgar a los consumidores mayor variedad en los bienes de satisfacción, tanto de necesidades directas como indirectas a través de la compra de materias primas más baratas, lo que en última instancia redundará en beneficio del consumidor final. También la apertura al mercado externo permite contar con la posibilidad de comparar calidades, con lo que suponemos que la producción interna necesariamente se verá mejorada.

El otro lado de las negociaciones lo constituye la posibilidad de incursionar en mercados internacionales que sin el tratamiento preferencial difícilmente se podría lograr.

El comprar o vender a otros países sin que el comprador o vendedor pague todos los impuestos o se enfrente a barreras no arancelarias, trae consigo el cumplimiento de ciertos requisitos - que en ocasiones son puramente administrativos; por ello es necesario el conocimiento de los derechos y compromisos de México a nivel internacional y los trámites y requisitos que deben cumplir las importaciones y las exportaciones.

CAPITULO 2

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA Y OBJETIVOS DEL ESTUDIO

2.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Es incuestionable la importancia que ha adquirido el Comercio Internacional para nuestro país en los últimos seis años; específicamente en cuanto al intento de exportar productos no petroleros, planteándose esto como una alternativa de desarrollo nacional.

La apertura de mercados en el extranjero y una activa participación en ellos, implica no solo el ingreso de divisas al país y la consecuente disminución del déficit en la balanza de pagos, sino también la generación de fuentes de empleo, el incremento de la productividad y la mejora en la calidad de nuestros productos.

Desde luego, el logro de estos objetivos se reflejaría en el incremento y desarrollo tanto a nivel macro como micro-económico, pero para ello se requiere afrontar una serie de problemas que en particular las empresas pequeñas y medianas están obligadas a resolver para mantenerse en el mercado nacional, en primera instancia, y poder crecer posteriormente.

Este tipo de empresas emplean más del 50% de la población económicamente activa del país, lo cual indica la importancia que tienen en nuestra economía.

Parte de su problemática de manera general es la siguiente:

- | | |
|-----------------------------|--|
| En el ámbito financiero: | Cuentan con poco capital
Presentan graves dificultades para conseguir créditos (actualmente muy caros)
Observan graves problemas de liquidez |
| En el ámbito tecnológico: | Inexistentes la investigación y desarrollo de productos
Obsolescencia tecnológica que afecta su competitividad en cuanto a productividad y calidad de sus productos |
| En el ámbito laboral: | Salarios bajos
Deficiencias en cuanto a la administración de su personal
Baja o nula capacitación en todos los niveles |
| En el ámbito institucional: | El apoyo de las dependencias gubernamentales es insuficiente para impulsar las actividades de este tipo de empresas |

En el ámbito organizacional: Ausencia de una estructura formal que facilite los procedimientos de trabajo, su distribución y su planeación de manera que puedan optimizarse al máximo los recursos de las empresas

Esta problemática enunciada a grandes rasgos, limita las acciones de las entidades potencialmente exportadoras. Su potencialidad radica en que en nuestro país existe una serie de condiciones tales como: abundancia de recursos naturales y mano de obra, que permitirían que varias empresas pudieran tener ventajas comparativas sobre otros países en la producción de determinados artículos.

Sin embargo, cada empresa por sus muy particulares necesidades y características, para poder incursionar en el mercado internacional, debe en primer lugar, conocer su posición dentro del mercado nacional, las limitaciones que este le impone y desde luego, sus propios alcances y deficiencias.

Esto tiene relevante importancia, ya que en la medida que la pequeña empresa tenga la capacidad para resolver su problemática estará en posibilidades de participar eficientemente en el mercado internacional, siempre y cuando tenga al alcance las condiciones necesarias para ello.

2.2

OBJETIVOS DEL ESTUDIO

Con base en la problemática planteada anteriormente, los objetivos de nuestra investigación fueron los siguientes:

1. Destacar la importancia de la apertura al Comercio Exterior a nivel nacional y particularmente a nivel de la Pequeña Empresa haciendo énfasis en la Industria del Vestido, planteando la actividad exportadora como una alternativa de crecimiento y desarrollo.
2. Caracterizar la problemática de estas empresas, la cual en un momento dado limita su participación en el Mercado Internacional.
3. Determinar los requerimientos y necesidades de la Pequeña Empresa los cuales deberá satisfacer para superar sus limitaciones.
4. Proponer un modelo básico de etapas a seguir para iniciarse en el Comercio Internacional con base en dos aspectos:
 - a) Señalar aquéllos servicios ofrecidos por las instituciones relacionadas con el fomento y desarrollo del Comercio Exterior que pueden ser de utilidad para la empresa que desea exportar.
 - b) Con base en las experiencias de las empresas investigadas que hayan tenido éxito en su intento de exportar, recomendar aquéllas acciones más efectivas que faciliten su acceso a los mercados extranjeros.

2.3

PLANTEAMIENTO DE LA HIPOTESIS

Las pequeñas empresas mexicanas, particularmente dentro de la industria del vestido, poseen ventajas potenciales tales como: intensidad en el empleo de mano de obra barata, calidad de sus productos y capacidad para emplear productivamente el capital, para convertirse en entidades exportadoras competitivas; dichas ventajas deben detectarse e impulsarse para que estas empresas puedan jugar un papel más importante en el desarrollo económico nacional.

Las pequeñas empresas tienen un común denominador que son sus deficiencias de tipo organizacional, por lo que requieren en primera instancia, del diseño de una estrategia que le permita superarlas, partiendo de un replanteamiento integral de sus objetivos institucionales, como condición previa para la solución de su problemática general, de tal forma que logren entrar y mantenerse en los mercados nacional y extranjero y lograr así su crecimiento y desarrollo.

CAPITULO 3

MARCO TEORICO

3.1

LA PEQUEÑA EMPRESA

La pequeña empresa - que aquí se define como la que emplea hasta 100 trabajadores-, tiene a su cargo más de la mitad del empleo industrial en el mundo en desarrollo y contribuye con una elevada proporción de la producción total. Su importancia relativa tiende a variar inversamente con el nivel de desarrollo, pero su contribución sigue siendo significativa aún en las economías más avanzadas.

La empresa a pequeña escala podría jugar un papel todavía más importante en la creación de un desarrollo económico y social equilibrado en los países en desarrollo. Sus ventajas potenciales son conocidas: las pequeñas empresas tienden a utilizar menos capital por trabajador que sus contrapartes mayores. Su carácter de gran intensidad de trabajo es compatible con la relativa abundancia de mano de obra y la escasez de capital y divisas, características de las economías en desarrollo.

La pequeña empresa tiene también la capacidad para emplear productivamente el capital. Generalmente emplean trabajadores con un limitado adiestramiento formal, que posteriormente es complementado con el aprendizaje en el trabajo y el desarrollo de habilidades con la práctica y la experiencia. Por otra parte pueden movilizar los pequeños ahorros de los propietarios quienes los invierten en sus empresas, y a menudo son efectivas en subcontratar con empresas más grandes.

Es significativo, que donde han prosperado las pequeñas empresas ha sido en países donde los gobiernos han permitido que los mercados operen con un grado considerable de libertad. En un medio semejante, las empresas que tienen las mismas actividades, compiten entre sí en condiciones más parejas, y lo que es igualmente importante, en ese medio, las empresas pertenecientes a campos diferentes pueden constituir relaciones complementarias mutuamente beneficiosas. Donde se permite que se desarrolle libremente la interdependencia entre proveedores y clientes, muchos de los servicios de apoyo son prestados por pequeñas empresas y ya no es necesario que los proporcionen los gobiernos.

Pero si surgen con facilidad, sus tasas de mortalidad son elevadas. Hasta cierto punto, los fracasos de las pequeñas empresas son un signo saludable en una economía dinámica: las empresas antieconómicas deben encontrar que les es difícil sobrevivir. Pero en muchos casos el fracaso o el desarrollo retardado de las empresas se debe a un clima económico desfavorable.

Escasas de capital, apoyadas sin entusiasmo por las instituciones financieras de desarrollo y además poco consideradas en los programas de ayuda de capital foráneo, las empresas a pequeña escala han tenido que apelar a su expansión y modernización principalmente a fondos generados internamente.

En muchos países en desarrollo los mercados de capital, cambio y laboral se ven afectados por numerosos tipos de regulaciones, subvenciones e impuestos. La mayoría de las pequeñas empresas tienen un acceso muy limitado a las divisas y al crédito bancario e institucional, en tanto que pueden contar por lo general, con grandes reservas de mano de obra barata desempleada o subempleada. El resultado puede traducirse en relaciones capital/trabajo tan bajas como para generar una productividad laboral menor en muchas pequeñas empresas. Las grandes empresas, por otra parte, pueden recibir fondos de inversión a tasas de interés atractivas y disponer de divisas a tipos de cambio artificialmente bajos, todo lo cual las estimula a derrochar en la utilización del capital.

Por otra parte, la presión de los sindicatos y la legislación laboral (que por lo general solamente abarca el sector moderno), puede exigir a las grandes empresas el pago de salarios relativamente elevados, lo cual, puede inducir a una sustitución excesiva de mano de obra por capital.

Los efectos de esta situación se reflejan en ambos lados: métodos de producción técnicamente atrasados e ingresos reducidos en las pequeñas empresas, en las cuales está empleada la mayoría de la fuerza laboral, y uso excesivo de capital en el sector moderno que recibe la mayor parte de los fondos de inversión pero crea pocos empleos. Es resultado es una estructura dualista que se opone a la eficiencia y a la equidad.

Con el fin de superar la escasez de capital disponible para la pequeña empresa, muchos gobiernos destinan recursos - tanto del presupuesto como de la asistencia extranjera - para préstamos a empresas a pequeña escala, por lo general a través de una o dos instituciones oficiales especializadas y subsidiadas (como es el caso de FOGAIN en México), y con topes relativamente bajos en las tasas de interés. Con frecuencia, el resultado es la excesiva demanda de éste crédito barato y la necesidad de racionarlo, lo que lleva a menudo a abusos en el proceso de asignación.

Una segunda medida corriente es crear - a menudo con asistencia extranjera - un instituto central de la pequeña industria para prestar servicios tales como formación técnica, asesoría e información, consultoría administrativa y jurídica, etc.

La experiencia con estas instituciones ha sido a menudo desalentadora. En la práctica ha habido numerosos obstáculos. La heterogeneidad de las pequeñas empresas ha hecho que una sola institución abarque la gama de conocimientos que necesitan. Los salarios no han sido los adecuados como para atraer o conservar personal experimentado. Las relaciones entre personal y clientes han sido con frecuencia débiles, al proceder de la tradicional desconfianza del funcionario público con respecto al empresario y del temor de éste en cuanto a que el gobierno se entrometa demasiado en sus negocios.

A continuación procederemos a caracterizar a la pequeña empresa.

3.1.1. QUE ES UNA PEQUEÑA EMPRESA

Independientemente de los criterios de clasificación para establecer la magnitud de las empresas, se considera que la pequeña empresa es aquella que posee el dueño en plena libertad, manejada autónomamente y que no es dominante en la rama que opera. Tiene entonces las siguientes características:

1. Gerencia independiente (los gerentes suelen ser también los dueños).
2. Capital y propiedad: el capital es aportado por una persona ó un pequeño grupo de personas por lo que la empresa pertenece a éstos.
3. Mercado local: el radio de acción de la pequeña empresa es (aunque no necesariamente), predominantemente local.
4. Tamaño relativo: la empresa es pequeña cuando así lo establece la comparación con otras unidades del mismo ramo.

3.1.2. PROBLEMATICA GENERAL DE LA PEQUEÑA EMPRESA

Inexperiencia

El dinámico mundo de los negocios de la actualidad, obliga a los administradores de las pequeñas empresas a estar alerta a las rápidas transformaciones que continuamente se verifican en su medio ambiente. Los cambios deben advertirse en su oportunidad y asimilarse provechosamente.

Muchos de los problemas que aquejan a las empresas pequeñas son producto de los diferentes tipos de inexperiencia de la persona a cuyo cargo está el manejo del establecimiento.

Falta de experiencia en el ramo

Con frecuencia el gerente carece de experiencia en el ramo en que incursiona. Puede tenerla en otros campos pero lógicamente - suele ignorar los problemas específicos de la nueva rama a la que ingresa.

Sobreconcentración de experiencia

El conocer y dominar solo un área específica de la empresa puede actuar en detrimento de ésta. El gerente debe ser capaz de ejercer habilidades técnicas determinadas y además, tener la cualidad de ver a su empresa globalmente. De esta forma podrá descubrir más fácilmente sus necesidades, advertir sus relaciones con ciertos factores y determinar su verdadera capacidad; así como distinguir las relaciones que sus distintas áreas guardan entre sí.

Incompetencia del Gerente

El mayor obstáculo que puede tener una pequeña empresa para prosperar, es un administrador incompetente. Ni el mismo dueño puede fungir como gerente de su empresa si carece de los conocimientos necesarios, o más aún, de la capacidad de liderazgo requerida.

Falta de Competitividad

La competencia es determinante en nuestra economía: las empresas que no pueden ofrecer iguales servicios, precios, calidad, etc., que otras con las que compiten, definitivamente tendrán dificultades para permanecer en operación. Si una empresa se ve obligada a reducir la calidad de su producto para poder seguir compitiendo está condenada a su desaparición, pues la clientela buscará mejores servicios o productos.

Falta de Control de Inventarios

El administrador de una pequeña empresa puede no prestarle la debida atención a la existencia de un buen control de inventarios. Si este es demasiado grande esto puede significar la inactivación del dinero o el desperdicio por inutilización u obsolescencia. Por el contrario un inventario inadecuado e insuficiente provoca que no se pueda surtir la demanda de mercancías con oportunidad y --eficacia.

Abandono

Aunque este problema no es uno de los más comunes, no deja de ser delicado, ya que el gerente suele ser el dueño y por lo tanto no rinde cuentas a nadie. Las razones más comunes por las que se descuida una empresa son entre otras: malos hábitos, precaria salud, problemas personales (sentimentales), apatía, etc. La empresa que queda en segundo plano en la atención del gerente corre el riesgo de fracasar.

Control Inadecuado de Ventas

Las políticas de concesión de créditos que otorgue una pequeña empresa, deben ser muy cuidadosas de no hacerlo en demasia. Esto puede ocasionar una cartera de clientes morosa o de aumentar considerablemente el rubro de cuentas incobrables. Lo anterior, en primera instancia puede traer problemas de liquidez y más tarde problemas financieros más graves.

Bajo Volumen de Ventas

Los ingresos del pequeño negocio proviene de sus ventas, y sin estas el resultado es obvio. El bajo volumen de ventas puede atribuirse a una mala localización, poca competitividad, poca ó mala calidad.

Todos estos son factores que deben vigilarse y preeverse continuamente.

3.1.3. VENTAJAS DE LA PEQUEÑA EMPRESA

Las ventajas de la pequeña empresa derivan directamente de su tamaño y de su gestión autónoma:

Líneas de Comunicación Cortas y Directas

En la pequeña empresa, por lo general existe un nivel de manejo único. El contacto directo entre los empleados y el gerente le hacen posible una buena comunicación entre ellos, lo mismo para dar y recibir órdenes, que para discutir asuntos relacionados con el establecimiento.

Esta relación de persona a persona aumenta la posibilidad de reducir problemas que a este respecto se suscitan en empresas mayores. En las grandes empresas por ejemplo, los mensajes pasan por varios interlocutores antes de ser recibido por la persona a quien van dirigidos. En este proceso es fácil que el mensaje sea tergiversado o mal interpretado.

Sin embargo, la pequeña empresa no está exenta de problemas de comunicación. Las causas que los provocan - la percepción selectiva, las barreras psicológicas, y semánticas - pueden aparecer bajo cualquier circunstancia, incluso en una relación cercana y personal. Aquí es donde el gerente puede aprovechar su condición de eslabón importante en la cadena comunicativa para lograr que todo marche bien.

La Ganancia como Salario

Uno de los grandes incentivos que ofrece la pequeña empresa a su propietario es que este puede, si es el caso en que él mismo la maneja, trabajar para sí mismo, en su directo provecho.

La ganancia que de las propias operaciones de la empresa se obtengan, son la retribución financiera de su dueño. En gran parte esto puede modificar el monto de sus ingresos mediante el tipo de políticas que lleve a cabo, el esfuerzo que realice y el acierto con que administre su empresa.

Contacto con Empleados y Clientes

El pequeño empresario tiene la oportunidad de establecer y mantener una relación armónica con sus empleados, conocer más ampliamente sus necesidades y aspiraciones. Se presenta entonces la alternativa de establecer buenas relaciones de tipo informal.

Otra ventaja particular que la pequeña empresa ofrece, es el hecho de propiciar relaciones de acercamiento con la clientela. Los clientes pueden ser objeto de atenciones, consideraciones y trato especiales, ya que la empresa reconoce que esto es importante para su éxito. La clientela de esta forma, gusta de seguir efectuando sus compras allí. El administrador finalmente, puede recibir las quejas de los clientes y mejorar la calidad de los servicios.

Autonomía

El pequeño empresario está directamente relacionado con todas las decisiones que afectan el funcionamiento de su empresa. Mientras que en una gran compañía el gerente debe supeditarse a órdenes superiores, en la pequeña empresa puede decidir a su libre albedrío, incluso sobre la marcha.

Cuando el tiempo es un factor importante, esto puede constituirse en una gran ventaja.

3.1.4. DESVENTAJAS DE LA PEQUEÑA EMPRESA

Falta de Especialización

En la gran empresa los profesionistas especializados son contratados para realizar funciones y actividades delicadas y complejas. Cada área existente tiene la posibilidad de ofrecer un buen rendimiento en sus funciones específicas (personal, ventas, finanzas).

En cambio, la pequeña empresa cuenta con un gerente que desempeña varias funciones importantes a la vez, pues sus recursos son limitados. Su administrador no es un especialista, sino un generalista.

Esta cantidad de trabajo absorbe a tal grado su tiempo que le impide planear las actividades de largo plazo para la empresa. Todo este tiempo es dedicado a labores operativas y no directivas.

Confinamiento, Exceso de Trabajo

Al efectuar el empresario la mayor parte del trabajo por su cuenta, este se somete a jornadas agotadoras que en muchas ocasiones le impiden descansar, lo cual va en perjuicio de su rendimiento.

Riesgo de Pérdidas Monetarias

Asociado con las oportunidades lucrativas de una pequeña empresa, está el riesgo de perder el dinero invertido en ella. La quiebra trae consigo pérdidas e incluso débitos que pueden ser onerosos; es posible que años de ahorro personal se esfumen o se conviertan en deudas que son difíciles de liquidar.

3.2.

LA INDUSTRIA DEL VESTIDO EN MEXICO

3.2.1. ANTECEDENTES HISTORICOS

La Industria del Vestido siempre ha ocupado un lugar importante en el desarrollo de nuestro país, pues ha estado presente en los avances de la tecnología y maquinaria y la adaptación a los cambios económicos y sociales.

Como parte de su evolución, encontramos que la industria del vestido ha tenido que adaptarse a las exigencias de las diferentes etapas históricas: por ejemplo los tiempos de la Colonia, la incipiente industria fué tomando auge conforme se descubrían nuevas materias primas, hilados y tejidos de algodón o de lana, e incluso se dieron las primeras exportaciones ya que en el siglo XVI se exportaron prendas a las Antillas, las cuales fueron manufacturadas por nativos.

Sin embargo no todo marchaba sobre ruedas para este sector, pues en el siglo XIX se debatían dos corrientes económicas: el proteccionismo y el libre cambio; este último esgrimía un postulado que implicaría serios problemas: abrir las fronteras a productos extranjeros; con esta apertura el sector textil quedaría en desventaja, pues a pesar de su importancia, esta industria no poseía técnicas ni procesos de trabajo lo suficientemente adecuados para hacer frente a la competencia de productos europeos y estadounidenses.

Esta situación, en medio de la época de transición económica que vive nuestro país, aún se manifiesta, pues como sabemos, a las pequeñas empresas les afectan problemas similares a los existentes hace un siglo (a nivel de pequeños talleres de manufactura):

- Problemas de falta de capital y rezago tecnológico
- Convulsiones internas (movimiento revolucionario) por un lado, colapsos económicos (crisis financiera) por otro.

En aquél entonces como ahora, existía la tendencia a suprimir en la medida de lo posible, la dependencia de otros países. Se alentaba paralelamente a empresarios y extranjeros a establecer fábricas con maquinaria moderna.

Con todo este marco evolutivo, la Industria del Vestido ha logrado poco a poco consolidarse como una industria con crecientes perspectivas de desarrollo, al grado de estar contemplada como un sector prioritario para nuestra economía.

3.2.2. LA INDUSTRIA DEL VESTIDO Y SU PARTICIPACION EN LA ECONOMIA NACIONAL (1970-1987)

En estos 17 años, esta industria tuvo una activación que podríamos calificar como destacada; para ilustrar lo anterior hemos tomado indicadores como participe en la generación de:

1. PIB total y del sector manufacturero
2. Como generadora de inversión
3. Como generadora de empleo
4. Su contribución fiscal
5. Su relación con otros sectores de la economía

1) Como participe en la generación del PIB total y del sector manufacturero

Durante el período 70/87 el PIB de esta industria manifestó un crecimiento anual inferior al PIB total y del sector manufacturero; situación que se debió básicamente al estancamiento que sufrió la industria en los años 82/87, la cual se caracterizó por:

- a) Aumento desproporcional del factor salarios, lo que inhibió el crecimiento de la industria
- b) Cierre de fábricas
- c) Menor demanda externa, lo que propició que no se sostuviera el ritmo de crecimiento de las exportaciones
- d) Restricciones crediticias
- e) Cambio en los patrones de consumo

Las bajas tasas de crecimiento pueden atribuirse en gran parte a la situación descrita y que ha provocado que la participación de la Industria del Vestido se vea disminuida en estos parámetros.

No obstante esta situación, el PIB de la Industria del Vestido no ha visto seriamente mermada su importancia en el contexto nacional e industrial ya que su contribución al PIB manufacturero solo es superada ligeramente por las industrias del acero y automotriz, y así mismo es mayor en este renglón a las del refinamiento del petróleo y textil.

2) Como generadora de inversión

En este rubro cabe destacar que la Industria del Vestido muestra una participación poco significativa en el sector manufacturero por lo que se refiere a sus montos de inversión, ya que esta industria se considera como intensiva en mano de obra y no de capital. Industrias como la del vestido requieren menores montos de inversión lo cual indica que existen tanto factores positivos como negativos para el desarrollo de esta industria.

Los factores de orden positivo, permiten a la Industria del Vestido una relación mínima de inversión por el empleo generado por el sector manufacturero, de ahí su gran capacidad de generación de empleo ante estímulos muy bajos de inversión, por esto se afirma que la industria representa una alternativa altamente atractiva como estrategia de desarrollo ya que frente a la escasez de recursos monetarios y a la necesidad insoslayable de incrementar el empleo la Industria del Vestido ofrece respuesta óptima a esta dos condicionantes.

Por otra parte señalamos como factor de orden negativo que le ha significado a la industria mantener un bajo índice de inversión por empleo, las serias limitaciones para su acceso a fuentes de financiamiento externo.

3) Como generadora de empleo

Sin duda alguna, este es uno de los aspectos que hacen destacar a la Industria del Vestido en el contexto industrial, gracias a su utilización intensiva de mano de obra. Los factores que contribuyen a lo anterior son:

- a) Crecimiento sostenido de la industria
- b) Mantenimiento del nivel más bajo de inversión por empleo generado en todo el sector manufacturero

Es importante repetir que dada su rápida respuesta en la generación de empleos, la Industria del Vestido es una alternativa óptima.

4) Su contribución fiscal

En la generación de impuestos, la Industria del Vestido adquiere particular importancia si se toma en cuenta que los artículos que produce están destinados a satisfacer necesidades básicas de la población. Se ubica como una de las principales fuentes de ingresos para el erario federal.

Para tener una idea de la magnitud que tienen los impuestos pagados por la Industria del Vestido, debemos señalar que se encuentran ligeramente por debajo de los que producen industrias como la cervecera, refresquera, bebidas alcohólicas, y así mismo los montos aportados por esta industria superan los aportados por la petroquímica básica e industrial farmacéutica.

5) Su relación con otros sectores de la economía

Esta relación queda sujeta a la medida en que la industria del vestido se eslabona al aparato productivo; por un lado, para determinar el efecto que la rama genera "hacia atrás" cuando su producción induce a la fabricación de insumos necesarios y por el otro, el efecto "hacia adelante" que se produce al aumentar o disminuir la disponibilidad de insumos para otras ramas económicas.

La Industria del Vestido está clasificada como una rama industrial orientada fundamentalmente a la demanda final, así que su vinculación con el aparato productivo se da "hacia atrás" a través del volumen que demanda de insumos de diversas industrias.

El hecho de que la Industria del Vestido demande insumos altamente procesados y que además les agregue valor, la convierte en una industria generadora de actividad muy importante.

Otro factor que favorece a la industria en su integración al aparato productivo es el hecho de que los insumos que utiliza son de origen nacional y que cada vez requiere menos insumos de importación.

Para reafirmar su posición estratégica dentro de la economía nacional, es preciso mencionar que la Industria del Vestido es una importante fuente de demanda de insumos tales como: electricidad, transporte, artículos de plástico, papel y cartón, maquinaria, e imprenta entre otros.

3.2.3. ANTECEDENTES CUANTITATIVOS DE LA INDUSTRIA DEL VESTIDO *

Dentro del contexto industrial manufacturero, la Industria del Vestido había tenido tasas negativas de crecimiento en su producto interno bruto. Esta situación fué provocada fundamentalmente por la crisis económica que ha prevalecido en nuestro país en la década de los 80's.

Este hecho nos muestra la manera como la Industria del Vestido reacciona ante determinados estímulos de su medio ambiente, sobre todo, al resentir los efectos de la problemática económica nacional. No obstante, esta industria se mantiene como una de las más importantes dentro del sector manufacturero, lo cual se explica si tomamos en cuenta que es una importante fuente generadora de empleo, pues sustenta un alto índice de ocupación de mano de obra a costos bajos, es decir, requiere una mínima inversión por empleo generado.

La Industria del Vestido pertenece al grupo de actividades con menores requerimientos de inversión, conjuntamente con ramas como la pelotera y sus productos, la tabacalera y la de bebidas alcohólicas entre otras.

Podemos hablar entonces de que esta condición de mínima inversión, nos lleva a establecer que otorga a esta industria, tanto ventajas como desventajas.

En el primer caso, y como ya se anotó, si comparamos sus requerimientos de inversión con su nivel de empleo, le permite generar empleos en forma significativa con bajos recursos.

Otro reflejo positivo en este aspecto, lo tenemos en los niveles de producción, donde la maduración de las inversiones se da en muy cortos plazos (relación nivel de producción/empleo de mano de obra).

Las desventajas que encontramos, primordialmente se centran en la dificultad que la Industria del Vestido tiene para allegarse de créditos bancarios; es decir, limitaciones crediticias derivadas de una menor proporción de activos fijos sobre el total de activos: su baja inversión realizada en maquinaria y equipo provoca que sustente un menor grado de solvencia, lo cual quiere decir que dada su estructura financiera, no alcanza a respaldar sus requerimientos de inversión de recursos del sistema financiero.

Otro aspecto relevante es que la Industria del Vestido dentro del marco de industrias de demanda final, tiene un alto grado de vinculación con el aparato productivo a través de su demanda intermedia.

* FUENTE: Diagnóstico Económico de la Industria Nacional del Vestido
Elaborado para la CAMARA NACIONAL DE LA INDUSTRIA DEL VESTIDO
Por CONSULTORES INTERNACIONALES, S.C.
Noviembre de 1987

Desde luego, las desventajas mencionadas anteriormente, constituyen factores que frenan el desarrollo de la Industria del Vestido.

En primer lugar encontramos su limitada capacidad crediticia, derivada de una débil estructura financiera.

En segundo lugar, debemos considerar que en tanto no sea satisfactoriamente resuelto el problema del rezago tecnológico y la falta de capacitación de la mano de obra, la competencia con el extranjero será también una limitante. No hay que olvidar que la importación de ropa ha aumentado significativamente en los últimos meses a raíz de la liberación de un gran número de fracciones arancelarias de este tipo de productos, lo cual en su expresión más negativa se traduce en desplazamiento de mano de obra.

3.2.4 ANALISIS MICROECONOMICO DE LA INDUSTRIA DEL VESTIDO

Criterios

Para medir el comportamiento de las empresas en la economía, se hizo una clasificación es éstas de la manera siguiente:

1. Por tipo de actividad principal
 - a) Ventas
 - b) Costos y gastos
 - c) Personal y remuneraciones
 - d) Dimensión y aspectos financieros
2. Por tamaño

Según la investigación realizada por Consultores Internacionales, la estructura por tamaño de empresas es la que sigue:

<u>Tamaño</u>	<u>% de participación</u>
Pequeña	30.6
Mediana	49.0
Grande	20.4

3.2.5. LA INDUSTRIA DEL VESTIDO EN LA COYUNTURA ACTUAL

La Industria del Vestido Constituye un instrumento fundamental en la economía por su contribución para atenuar el problema del desempleo, la concentración del ingreso, la escasez de divisas, y el desabasto de bienes básicos.

Sin embargo deben considerarse ciertos elementos que la industria requiere para constituirse como un sector de alta capacidad para hacer frente a los problemas que enfrenta el desarrollo industrial de nuestro país:

1. Debe recibir apoyos reales en su procedimiento de crecimiento en cuanto a su perfeccionamiento tecnológico y apoyo financiero.
2. Evitar al máximo caer en vicios e ineficiencia.
3. Aumentar en la medida de lo posible, la productividad en este sector para crear una industria más eficaz en lo interno.
4. Hacerla más competitiva hacia el exterior como un factor decisivo para la generación de divisas.

CAPITULO 4

METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION

4.1. DETERMINACION DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA

Nuestra fuente de información para conocer la composición de las empresas de nuestro interés y poder determinar así el tamaño de la muestra, fué la Cámara Nacional de la Industria del Vestido.

Uno de los inconvenientes para conocer dicha información, fué la ausencia de registros suficientes para determinar las categorías por tamaño de entidad, en que se sitúan los socios de la Cámara, de acuerdo con su capital y con el número de empleados con que cuentan. Al no tener la Cámara la clasificación de sus socios en Pequeñas, Medianas y Grandes empresas, partimos de la siguiente base de datos:

El número de socios de la CNIV es de 5000 a nivel nacional, de los cuales el 40%, o sea 2000 se encuentran ubicados en el interior de la República Mexicana. Por lo tanto el 60% (3000), se localizan en la ciudad de México y área metropolitana.

De acuerdo con los estatutos de la Cámara, los socios se clasifican de acuerdo con la actividad principal que desempeñan, agrupándolos por secciones, de las cuales, las empresas pequeñas, las cuales son de nuestro interés y que confeccionan ropa exterior para dama, se ubican dentro de las secciones IV, V y VII, mismas que se describen a continuación.

Sección IV. Talleres ó fábricas de alta costura, moda para damas

Sección V. Fabricantes de vestidos en serie para dama

Sección VII. Fabricantes de ropa con tela de punto, cuando sea cosida exclusivamente.

De un reporte de socios activos proporcionado por la CNIV, pudo determinarse el número de empresas que integran el universo de la muestra, que es igual a la suma del total de socios clasificados en las secciones descritas.

<u>SECCION</u>	<u>No. de Empresas que la Integran</u>
IV	37
V	1009
VII	87
<u>Total= Universo</u>	<u>1133</u>

Estas secciones de los estatutos agrupan a empresas dedicadas a la confección de ropa para dama, cuyo número representa el 37.75% del total de los socios en el Distrito Federal.

Cabe hacer la aclaración de que este planteamiento original, se modificó en relación a la sección VII, ya que es un apartado que incluye empresas de confección de prendas con tela de punto, pero notodas ellas elaboran prendas para dama, por lo que decidimos descartar esta sección de la investigación, ya que el interés se centró en empresas pequeñas que confeccionan únicamente ropa exterior para dama.

El universo, después de la modificación, se redujo entonces a 1046 empresas, representando un 34.85 % del total de los socios de la Cámara en el D.F.

De la cifra obtenida (1046) y con asesoría de la CNIV, se determinó que el 83% de estas empresas pueden clasificarse como pequeñas, por lo que el universo definitivo fué de 868 socios activos.

De tal manera que para determinar el tamaño de la muestra, se procedió a utilizar la siguiente fórmula estadística:

$$n = \frac{o^2 \cdot N \cdot p \cdot q}{e^2 \cdot (N - 1) + o^2 \cdot p \cdot q}$$

donde:

- o^2 = Coeficiente de confianza
- N = Universo o población
- p = Probabilidad a favor
- q = Probabilidad en contra
- e = Error de estimación
- n = Tamaño de la muestra

sustituyendo los datos:

- o^2 = 1.96
- N = 868
- p = 0.50 %
- q = 0.50 %
- e = 5 %
- n = 266

El resultado obtenido en "n", es el número de deberían ser investigadas para lograr la representatividad del universo.

Sin embargo, al solicitar a la CNIV información de sus agremiados considerados pequeños, se hizo una selección al azar de 85 empresas de las cuales solo se obtuvieron datos precisos de un 25 % de éstas, o sea de 21 empresas de las que al profundizar la investigación, resultó que solamente 6 de esas 21 eran realmente pequeñas empresas siendo las demás microempresas.

De este hecho, observamos que la determinación del tamaño de la muestra no había sido exacto dado que la información que tenía la CNIV sobre sus socios no es suficiente. Por este motivo la investigación de campo se realizó sin la información precisa, y decidimos visitar las fábricas de ropa ubicadas en el centro de la ciudad, por ser un área que presenta una importante concentración de este tipo de empresas.

La investigación de campo nos ayudó a confirmar que las empresas pequeñas y micro no están identificadas adecuadamente, ya que de 72 empresas visitadas el 60% son microempresas.

Esta primera etapa de la investigación, modificó el tratamiento estadístico: redujo el tamaño de la muestra a 106 empresas.

Al continuar la investigación, se encontró un segundo inconveniente para poder obtener información confiable y representativa, ya que nos encontramos con una negativa generalizada de las empresas, para dar contestación de nuestro cuestionario.

Lo anterior nos significó retrasos en la investigación y le restó confiabilidad a la misma. lo que se demuestra con el hecho de que de las 94 empresas visitadas, sólo un 35 % de ellas (es decir 33 empresas), nos dieron la información solicitada, y particularmente con las aportaciones de 16 fabricas obtuvimos los elementos necesarios para llegar a las conclusiones finales, mismas que se obtuvieron con base en el cuestionario que se presenta a continuación.

4.2. SEGUNDA PARTE DEL CUESTIONARIO APLICABLE SEGUN LA CATEGORIA EN QUE SE SITUA CADA EMPRESA:

CATEGORIA A: Empresas que no han exportado ni exportan.

CATEGORIA B: Empresas que exportaron sin éxito y no continuaron con ello.

CATEGORIA C: Empresas que exportan actualmente.

EMPRESAS TIPO A:

1.- ¿ESTA CONTEMPLADO DENTRO DE LOS PLANES DE LA EMPRESA LA EXPORTACION DE SUS PRODUCTOS?

SI () NO ()

(Si la respuesta es negativa pasar a la pregunta 7)

2.- ¿ EN QUE PLAZO TIENEN PLANEADO EXPORTAR?

CORTO () MEDIANO () LARGO PLAZO ()

3.- ¿ QUE CONDICIONES A RESOLVER CONSIDERA LA EMPRESA QUE SON NECESARIAS PARA COMPETIR INTERNACIONALMENTE?

- () a) Mejora en la calidad de sus productos
- () b) Mejora en su situación financiera
- () c) Ampliación de la capacidad productiva de la planta
- () d) Consolidarse primero en el mercado internacional

4.- ¿QUE FACTORES HAN MOTIVADO A LA EMPRESA A PLANEAR SU INGRESO AL MERCADO INTERNACIONAL?

- () a) La búsqueda de alternativas de crecimiento
- () b) Está totalmente cubierto el mercado nacional
- () c) Necesidad del incremento de las ventas por una baja en la demanda nacional
- () d) Se ha detectado que la demanda de productos con las características de los que la empresa produce es alta en el extranjero
- () e) Otros

5.- ¿ CON QUE MEDIDAS HA EMPEZADO A PREPARARSE LA EMPRESA PARA COMPETIR EN EL EXTRANJERO?

- () a) Investigación y desarrollo de productos
- () b) Viajes de exploración y/o promoción
- () c) Mejoras en la tecnología de la planta
- () d) Capacitación de la mano de obra o de su personal administrativo
- () e) Mejoras en la calidad de sus servicios y un mayor cumplimiento
- () f) otros

6.- ¿ QUE CUALIDADES CONSIDERA POSEER LA EMPRESA PARA PODER COMPETIR EN EL EXTRANJERO?

- () a) Precios competitivos
- () b) Calidad y otras características físicas de sus productos
- () c) Sus productos no tienen mucha competencia en el extranjero
- () d) La disponibilidad de la materia prima es mayor en México que en los países importadores
- () e) Buen servicio y cumplimiento oportuno

7.- ¿ POR QUE RAZONES NO SE INTERESA LA EMPRESA EN INGRESAR AL CONCIERTO INTERNACIONAL?

- () a) Por considerar que está fuera de sus alcances
- () b) Están satisfechos con cubrir únicamente el mercado nacional

- c) Nunca se había contemplado esa posibilidad
 - d) Por evitar las complicaciones que esto podría generar
 - e) Otros
- 8.- ¿ QUE TIPO DE PROBLEMAS CONSIDERA LA EMPRESA QUE TENDRIA QUE AFRONTAR PARA PODER EXPORTAR? (ORDENARLAS POR GRADO DE IMPORTANCIA)
- a) Dificultades para conseguir los financiamientos necesarios
 - b) Evitar mayores compromisos con proveedores, etc.
 - c) Dificultades de comunicación con empresas de otros países, otras costumbres e incluso otros idiomas
 - d) Comprometer su producción bajo condiciones más rígidas
 - e) Los riesgos que implica vender a empresas lejanas físicamente
 - f) Realización de excesivos trámites ante diferentes instituciones
 - g) Evitar modificaciones dentro de su organización
 - h) Otros
- 9.- ¿ BAJO QUE CIRCUNSTANCIAS TAL VEZ LA EMPRESA PODRIA TOMAR LA DECISION DE COMPETIR A NIVEL INTERNACIONAL?
- tópicos para esta pregunta: El ingreso de México al GATT Y SUS REPERCUSIONES CARACTERISTICAS DEL MERCADO NACIONAL: Deterioro del poder adquisitivo de los consumidores

EMPRESAS CATEGORIA B

- 10.- ¿ CUALES FUERON LAS MEDIDAS PREVIAS TOMADAS POR LA EMPRESA CUANDODECIDIO EXPORTAR?
- a) Investigación, desarrollo y mejoras de sus productos
 - b) Viajes de promoción y / o exploración
 - c) Introducción de cambios en sus procesos productivos
 - d) Búsqueda de asesoría por parte de las instituciones de apoyo y foemto al comercio exterior
 - e) Otros
- 11.- PROBLEMÁTICA A NIVEL NACIONAL A LA QUE SE ENFRENTÓ LA EMPRESA AL INICIARSE COMO EXPORTADORA (POR ORDEN DE IMPORTANCIA)
- a) Dificultades para la obtención de financiamiento a la preexportación
 - b) Dificultades para cubrir los requisitos y realizar los trámites necesarios
 - c) Falta de capacidad de la empresa para cumplir los pedidos del extranjero
 - d) Desorganización por el aumento de actividades de la empresa
 - e) Otros
- 12.- PROBLEMÁTICA A NIVEL INTERNACIONAL A LA QUE SE ENFRENTÓ LA EMPRESA AL INICIARSE COMO EXPORTADORA:
- a) Dificultades de comunicación con las empresas extranjeras (desconfianza-mutua)
 - b) Dificultades en el cobro de los embarques
 - c) Dificultades con los requisitos de los clientes o de las aduanas extranjeras
 - d) Otros
- 13.- CONSECUENCIAS POSITIVAS DERIVADAS DE LA PROBLEMÁTICA SURGIDA A RAIZ DE LA EXPORTACION
- a) Utilidades que alentaron el crecimiento de la empresa
 - b) Formación de personal más capacitado
 - c) Mayor productividad por los cambios originados
 - d) Mayor prestigio que ha repercutido en la demanda nacional
 - e) Otros

14.- EFECTOS NEGATIVOS OCASIONADOS POR LAS ACTIVIDADES DE EXPORTACION:

- a) La empresa obtuvo pérdidas con la nueva actividad
- b) Baja en la productividad del personal por las nuevas presiones del trabajo
- c) Se distrajo la atención hacia la exportación descuidando el mercado nacional
- e) Otros

15.- FACTORES QUE DETERMINARON SU SALIDA DE LA COMPETENCIA INTERNACIONAL:

EXTERNOS _____

INTERNOS _____

16.- MEDIDAS TOMADAS POR LA EMPRESA PARA EVITAR SU SALIDA:

17.- TIEMPO QUE COMPITIERON EN LOS MERCADOS EXTRANJEROS Y SI PIENSA COMPETIR MAS ADELANTE (EXPLICAR)

SI () NO ()

POR QUE -----

AÑOS _____ MESES _____

18.- SERVICIOS UTILIZADOS POR LA EMPRESA OFRECIDOS POR LAS INSTITUCIONES DE FOMENTO Y APOYO AL COMERCIO EXTERIOR

- a) Asesoría
- b) Financiamiento
- c) Promociones
- d) Otros

19.- ¿CONSIDERAN ESTOS SERVICIOS COMO IMPORTANTES PARA EL DESARROLLO DE LAS ACTIVIDADES DE LA EMPRESA?

SI () NO () POR QUE

20.- VENTAJAS (REALES O SUPUESTAS) QUE ALENTARON A LA EMPRESA A EXPORTAR

21.- ¿ QUE MECANISMOS DE RETROALIMENTACION ADOPTO LA EMPRESA PARA EL SEGUIMIENTO DE LAS ACTIVIDADES DE EXPORTACION?

- a) Capacitación de su personal
- b) Investigación y/o desarrollo tecnológico
- c) Otros

EMPRESAS CATEGORIA C

APLICACION DE LAS PREGUNTAS 10,11,12,13,14,18,19, 20 y 21

22.- BREVE DESCRIPCION DEL PROCEDIMIENTO SEGUIDO PARA OBTENER LOS PRIMEROS CLIENTES EXTRANJEROS

23.- FACTORES ACERTADOS DENTRO DE ESTE PROCEDIMIENTO

24.- FACTORES ERRONEOS DENTRO DE DICHO PROCEDIMIENTO

25.- FACTORES QUE FALTARON DENTRO DE DICHO PROCEDIMIENTO

26.- ELEMENTOS QUE HAN DETERMINADO EL EXITO EN EL MERCADO INTERNACIONAL

- a) Calidad de los productos
- b) Precios competitivos
- c) Calidad de los servicios que acompañan la venta
- d) Políticas de Venta
- e) Capacidad de su personal
- f) Cumplimiento eficiente y oportuno de sus compromisos

27.- PERSPECTIVAS DE LA EMPRESA DE MANTENERSE EN EL MERCADO INTERNACIONAL

- a) Muy Favorables
- b) Favorables
- c) Poco Favorables

28.- FACTORES QUE EN ALGUN MOMENTO HAN DESALENTADO A LA EMPRESA PARA CONTINUAR CON LA EXPORTACION

- a) La respuesta obtenida de sus clientes
- b) La complejidad de los tramites, requerimientos y/o compromisos que esto implica
- c) Otros

29.- REPERCUSIONES QUE LAS EXPORTACIONES HAN TENIDO EN EL MERCADO NACIONAL

FAVORABLES:

- a) Prestigio
- b) Mayor demanda
- c) Menor dependencia hacia clientes nacionales
- d) Mayor capacidad de negociación
- e) Otros

DESFAVORABLES:

30.- LA CALIDAD DE LOS PRODUCTOS DE CONSUMO NACIONAL Y LOS DE EXPORTACION
¿ES LA MISMA?

SI () NO () ¿EN QUE DIFIEREN?

31.- MEDIDAS QUE PLANEA TOMAR LA EMPRESA PARA INCREMENTAR SU PARTICIPACION
EN EL EXTRANJERO

- a) Ampliación y modernización de su planta
- b) Diseño de programas de capacitación y adiestramiento para el personal
- c) Compra de nueva tecnología
- d) Cambios dentro de su estructura organizacional
- e) Programas de promoción constantes

4.3. ANALISIS E INTERPRETACION DE LOS RESULTADOS

Con base en la categorización hecha para el diseño del cuestionario, las empresas investigadas se distribuyeron de la forma siguiente:

Categoría "A" : Empresas que no exportan	56.25 %
Categoría "A ₁ " : Empresas que no exportan pero que tienen planeado exportar	25.00
Categoría "B" : Empresas que exportaron sin éxito y no continuaron con ello	00.00
Categoría "C" : Empresas que exportan actualmente	<u>18.75</u>

TOTAL: 100.00 %

(ver gráfica 1)

Dentro de los resultados obtenidos con las empresas categoría "A" encontramos que no les interesa iniciarse en la exportación por las siguientes razones:

- 1) En el 55% de los casos, éstas empresas consideran que la exportación está fuera de sus alcances por no tener la capacidad necesaria. Sin embargo, en algunos casos pensamos que lo que hace falta estas empresas es audacia para intentar exportar. El 22% de estas empresas si nos indicaron argumentos realmente importantes para no exportar: su capacidad de producción está saturada con el mercado nacional por una parte, y por otra, debido a que deben importar algunas materias primas para producir, sus costos se elevan al grado que ya no pueden ser competitivos internacionalmente aún cuando sus productos son de calidad.

En el 22% de los casos, las empresas no se interesan en la exportación porque el único mercado de su interés es el nacional.

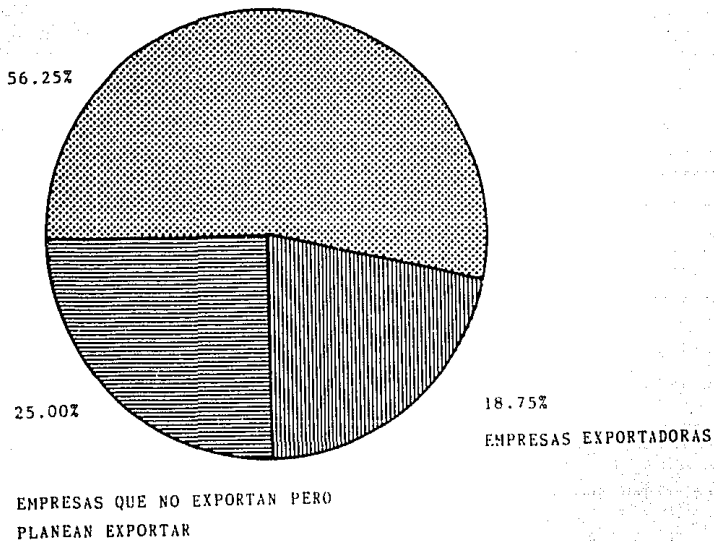
En el 11% de los casos, ni siquiera se habían planteado la posibilidad de exportar

En el 11% de los casos, las empresas desean evitar las complicaciones que la exportación implica.

(ver gráfica 2)

Gráfica 1

EMPRESAS TIPO "A" QUE NO EXPORTAN



La problemática que según éstas empresas tendrían que afrontar si decidieran exportar, misma que les hace perder el interés en ello, se explica con los siguientes porcentajes:

- 2) En el 25% de los casos se considera que la dificultad más seria es conseguir el financiamiento necesario para iniciarse en el exportación.

En un 20% de los casos se señaló que el riesgo que se corre al vender a empresas lejanas es demasiado alto.

En el 16% de los casos, se explicó que las empresas quieren evitar contraer compromisos bajo condiciones más rígidas, pues la exportación requiere de la entrega de determinados volúmenes de producción en una fecha determinada y con ciertas normas de calidad.

En un 12% se encontró que las empresas no desean comprometerse más de lo necesario con sus proveedores y depender en mayor medida de ellos.

En el 12% opinaron que exportar requiere de la solución de problemas de comunicación con los clientes extranjeros, los cuales les parecen difíciles de resolver.

En el 10% de los casos, las empresas no se interesan en exportar debido a que consideran que deben realizarse excesivos trámites burocráticos ante el gobierno.

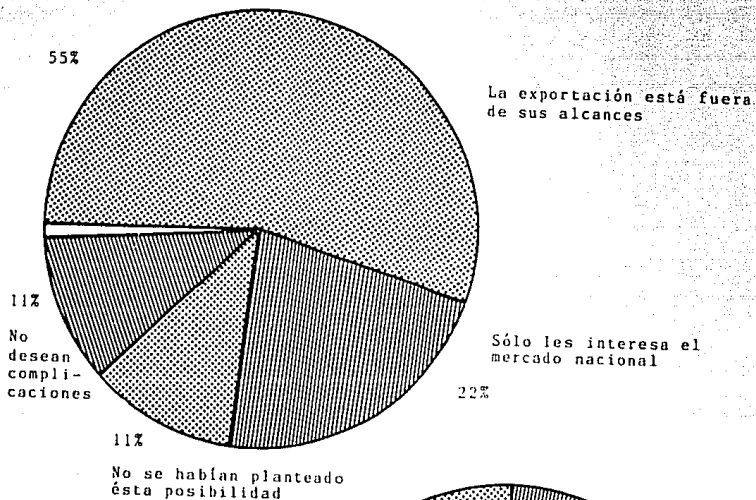
En el 5% de los casos, prefieren no exportar por evitar las posibles modificaciones que podría haber dentro de su empresa. (ver gráfica 3)

En cuanto a la opinión de éstas empresas, respecto a las condiciones que se darán una vez que México se haya integrado por completo al GATT y las repercusiones que esto tendrá en el mercado nacional, los resultados son los siguientes:

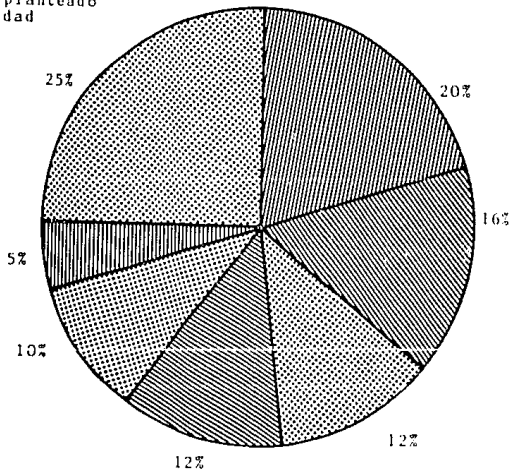
- 3) El 40% de éstas empresas, consideran que será favorable el ingreso al GATT, pues de ésta manera podrán adquirir materias primas de calidad y bajo precio, con lo que sus productos podrían ser competitivos tanto nacional como internacionales.

El 20% de ellas, considera que una opción ante el GATT podría ser trabajar como maquiladoras de empresas extranjeras.

Gráfica 2
Categoría "A"



Gráfica 3



Otro 20% se interesaría en la exportación sólo cuando el mercado nacional esté saturado con sus productos.

El 20 % restante piensa en la alternativa de exportar como nula bajo cualquier circunstancia. (gráfica 4)

Por lo que respecta a las empresas de la categoría "A", es decir, que no han tenido experiencia en cuanto a la exportación, y que sin embargo planean hacerlo, la investigación arrojó los siguientes resultados:

1) El 25% de las empresas planea exportar en el corto plazo, es decir, en menos de un año.

El 75% de las empresas tienen planeado exportar en un mediano plazo, es decir de 2 a 5 años. (gráfica 5)

Para poder iniciarse como exportadoras, tales empresas requieren resolver previamente las siguientes condiciones:

2) En el 29% de los casos las empresas deben alcanzar mejoras en la calidad de sus productos.

En el 37% de los casos, deben resolver su situación financiera es decir, contar con el capital necesario para invertir en la exportación.

En un 17% las empresas opinan que para exportar es necesario ampliar la capacidad productiva de la planta.

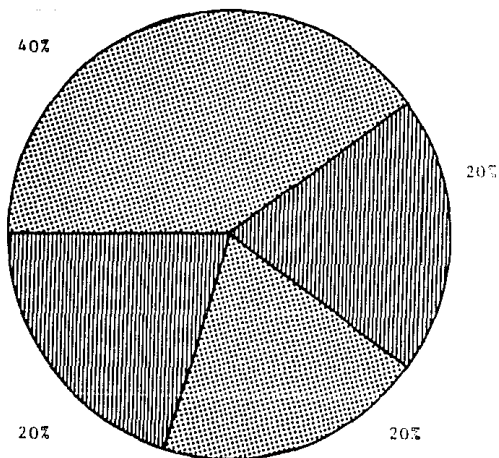
En el 17% restante, se necesita primero la consolidación en el mercado nacional. (gráfica 6)

Los motivos por los cuales éstas empresas están planeando su ingreso al mercado nacional son:

3) El 100% de las empresas consideran la exportación como una alternativa de crecimiento en primera instancia. En segundo lugar opinan que ya no es suficiente para ellas continuar con el mercado nacional, pues ya está saturado y no pueden seguir dependiendo de éste únicamente, dado el deterioro de su poder adquisitivo; lo cual repercute en forma importante en su volumen de ventas. En tercer lugar, han detectado que sus productos tienen aceptación en el extranjero.

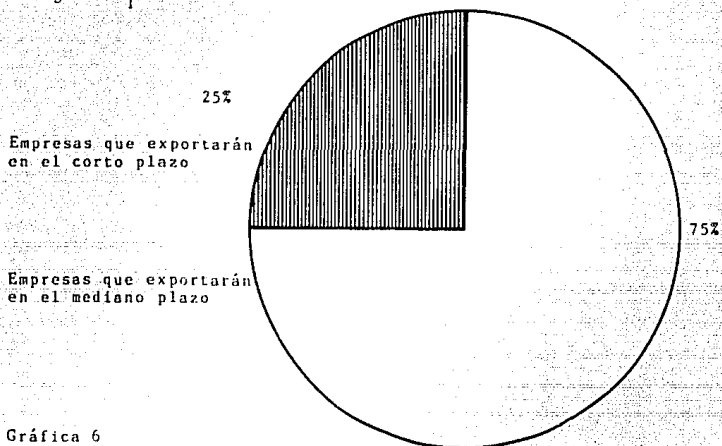
(Gráfica 7)

Gráfica 4

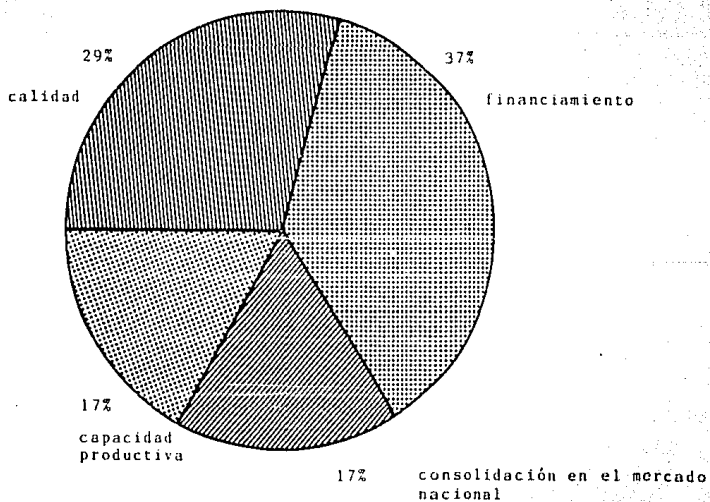


- 40% favorable el ingreso al GATT para adquirir materias primas a mejor precio
- 20 % piensan poder trabajar como maquiladoras
- 20 % desean saturar primero el mercado nacional
- 20 % la alternativa de exportar es nula

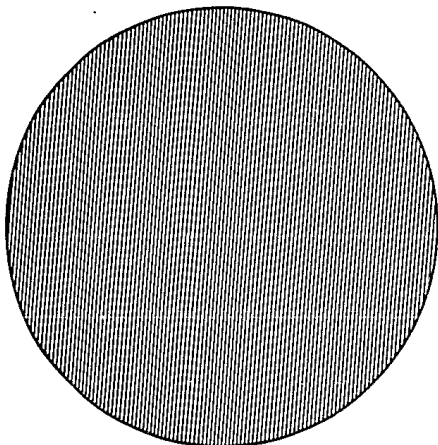
Gráfica 5
Categoría A₁



Gráfica 6



Gráfica 7



100% La exportación como la alternativa de crecimiento

En cuanto a las primeras medidas que estas empresas han tomado para ingresar al concierto internacional, se obtuvieron las siguientes respuestas:

- 4) En el 25% de los casos, se han dado los primeros pasos para la investigación desarrollo de productos.

En el 25% de estas empresas se indicó que se han hecho los primeros viajes de exploración y promoción.

Otro 25% de las empresas, introdujeron mejoras en la calidad de los servicios que acompañan a la venta.

En el 16% de los casos investigados, se diseñaron programas de capacitación de su mano de obra y personal administrativo.

En el 9% de los casos se introdujeron mejoras en la tecnología de la planta. (gráfica 8)

Esta categoría de empresas, se encontró que consideran tener como cualidades o ventajas principales para competir en el extranjero, los siguientes elementos:

- 5) En el 80% de los casos, las empresas ofrecen calidad y precios competitivos, además de contar con un servicio muy especializado para satisfacer las demandas del mercado internacional en cuanto al cumplimiento de normas de calidad y oportunidad en entrega de sus pedidos. El 20% restante piensa tener éxito en la exportación ya que tienen una disponibilidad de materia prima mayor que otros países. (gráfica 9)

En cuanto a los resultados para la categoría "B", se encontró que estas representan el 0% de las empresas investigadas, es decir, no hay empresas que anteriormente exportaron y no continuaron con ello.

Las empresas de la categoría "C", aquéllas que exportan actualmente y representan el 18.75% dieron las siguientes respuestas:

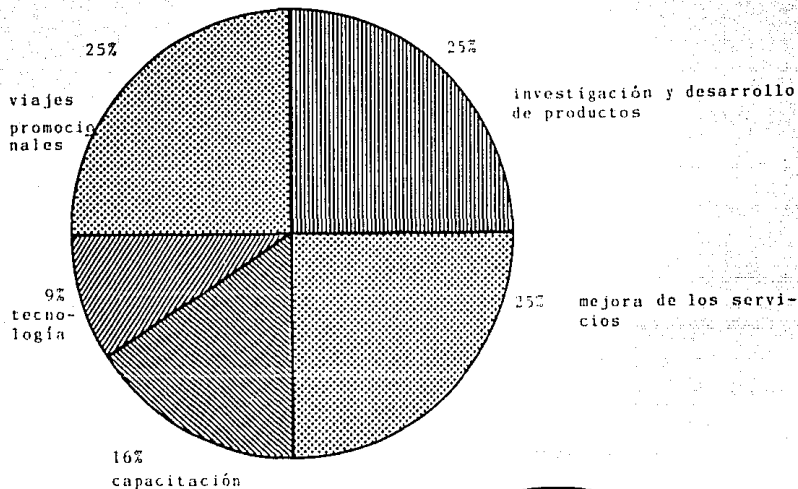
Para lograr una mayor competitividad en el mercado internacional, éstas empresas deben resolver los puntos siguientes:

- 1) El 66% debe cuidar más la calidad de sus productos perfeccionando sus métodos de trabajo y su control de calidad

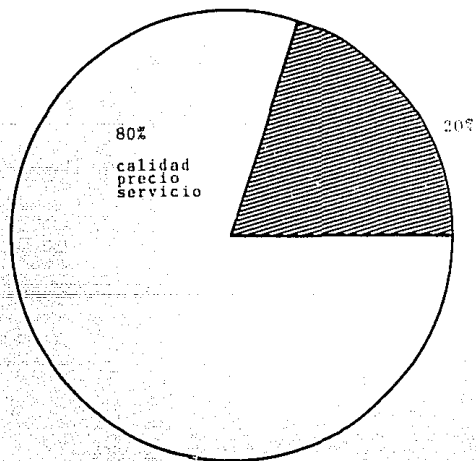
El 34% requieren ampliar la capacidad productiva de su planta.

(gráfica 10)

Gráfica 8



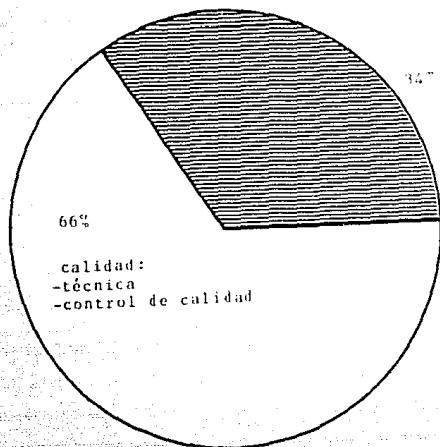
Gráfica 9



- 20% disponibilidad de materia prima

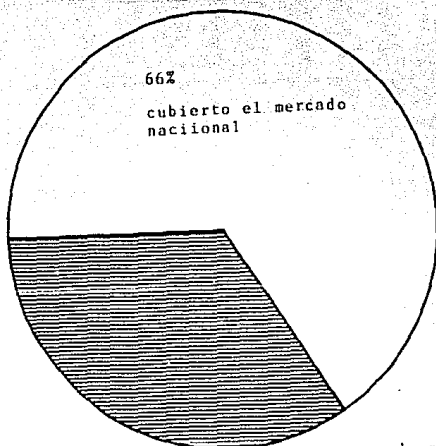
Gráfica 10
Categoría "C"

- 34% incremento de
la capacidad pro-
ductiva



Gráfica 11

66%
cubierto el mercado
nacional



34% baja de la demanda del mercado nacional
pérdida del poder adquisitivo

Por otra parte, los factores que motivaron a estas empresas a ingresar al mercado internacional fueron:

- 2) El 66% tenía ya cubierto el mercado nacional y buscaron en la exportación una alternativa de crecimiento.

El 34% de las empresas decidieron exportar debido a un decremento de la demanda nacional debido al deterioro del poder adquisitivo del mercado. (gráfica 11)

Las medidas iniciales tomadas por esta categoría de empresas para competir en el extranjero, según sus respuestas fueron:

- 3) El 66% realizaron viajes de promoción y exploración para tener un acercamiento con los mercados extranjeros de su interés.

El 34% decidieron invertir recursos en la investigación y desarrollo de productos. (gráfica 12)

Las empresas en cuestión consideran como cualidades propias para competir en el extranjero, las siguientes:

- 4) El 80% de estas empresas ofrecen calidad y precios competitivos al mercado internacional.

El 20% de los casos contestó que se han esforzado por lograr ofrecer una mejor calidad en los servicios que acompañan a la venta. (gráfica 13)

En cuanto a los problemas iniciales que enfrentaron a nivel nacional al iniciarse como exportadores, fueron los siguientes:

- 5) El 33% de los casos encontraron dificultades para la obtención de financiamientos para la preexportación.

El 33% de las empresas dijeron tener obstáculos para cubrir los requisitos para exportar y realizar los trámites necesarios.

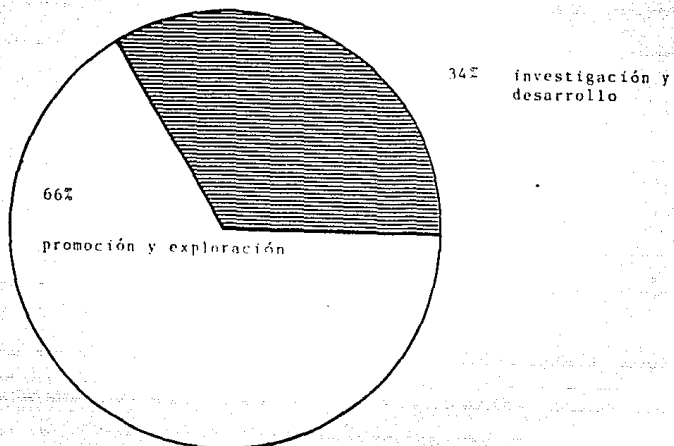
El 33% restante, dijo tener problemas en cuanto a errores en los procedimientos de tráfico de la mercancía para hacerla llegar al cliente en el extranjero. (gráfica 14)

Por otra parte, las empresas enfrentaron también problemas a nivel internacional en sus primeras exportaciones.

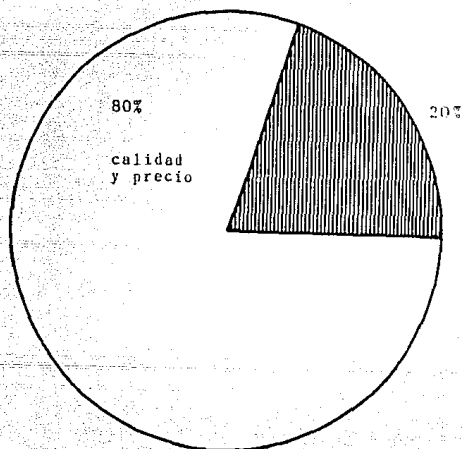
- 6) En el 60% de los casos tuvieron dificultades para cubrir las normas de calidad solicitadas y llenar los requerimientos exigidos por las aduanas extranjeras.

En el 40% de los casos hubo problemas de comunicación con los nuevos clientes extranjeros. (gráfica 15)

Gráfica 12

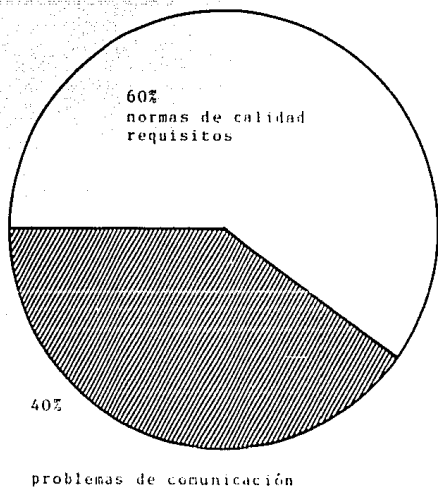
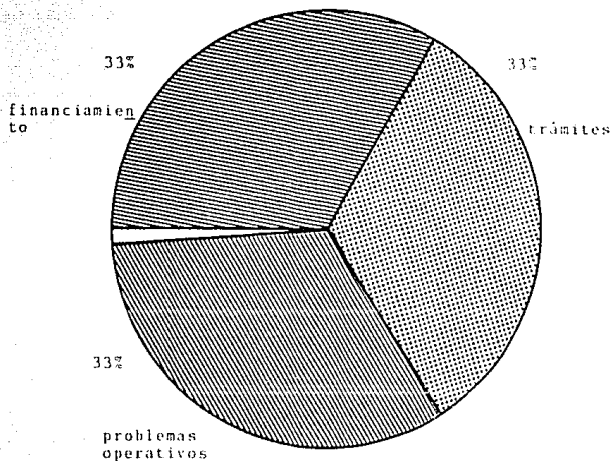


Gráfica 13



- 20% servicios que acompañan a la venta

Gráfica 14



Gráfica 15

Por otra parte, las empresas exportadoras tuvieron como resultados positivos derivados de su nueva actividad:

- 7) El 75% de los casos obtuvieron mayor prestigio en el mercado nacional, y al mismo tiempo dependieron menos de este, con lo que tuvieron una mayor capacidad de negociación.

El 25% restante, contestó que se vieron obligados a capacitar más a su personal para incrementar su productividad. (gráfica 16)

Respecto a los efectos negativos derivados de la nueva actividad, las empresas dijeron observar los siguientes:

- 8) El 75% de las empresas contrajo mayores compromisos tanto con bancos como con proveedores, pasando por etapas en las que no tuvieron liquidez. (gráfica 17)

Los servicios que estas empresas utilizaron de las instituciones de apoyo y fomento al comercio exterior fueron los siguientes:

- 9) El 33% de los casos fue asesoría.

El 33% de las empresas recurrieron a los financiamientos.

El 33% restante utilizó el servicio de promoción en el extranjero. (gráfica 18)

En cuanto a la importancia que tienen este tipo de servicios para el desempeño de sus actividades, las empresas visitadas opinaron lo siguiente:

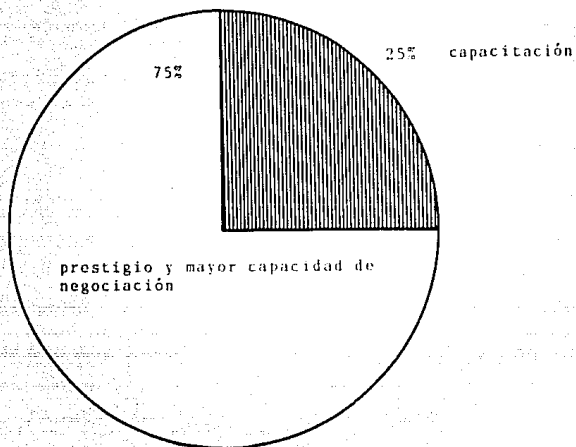
- 10) El 100% de los casos los consideran útiles pero afirman que el acceso a ellos es un tanto complicado y aún no son suficientes. (gráfica 19)

Los mecanismos de retroalimentación adoptados por las empresas exportadoras para el seguimiento de su trabajo son:

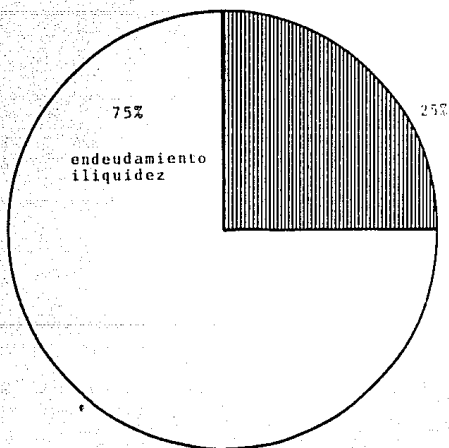
- 11) El 75% de las empresas han incrementado sus niveles de capacitación, investigación y desarrollo tecnológico, además de estar en contacto permanente su clientela en el extranjero.

El 25% de los casos decidió ser miembro de instituciones que ofrecen información específica de las condiciones de los mercados extranjeros (Cámaras de Comercio y Consejerías por ejemplo). (gráfica 20)

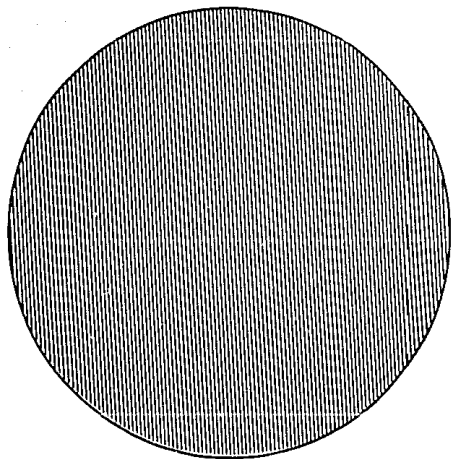
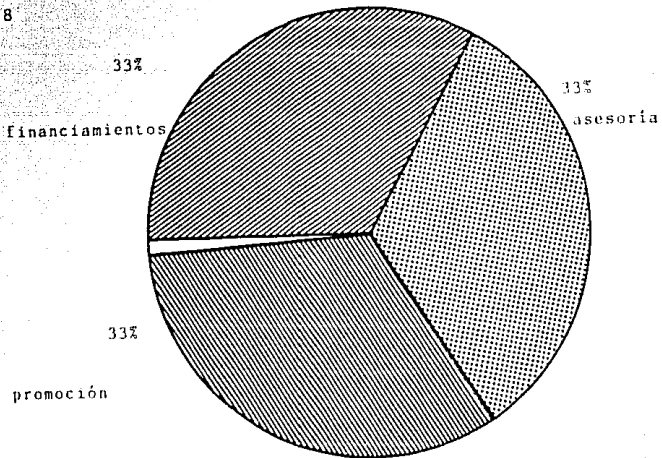
Gráfica 16



Gráfica 17



Gráfica 18

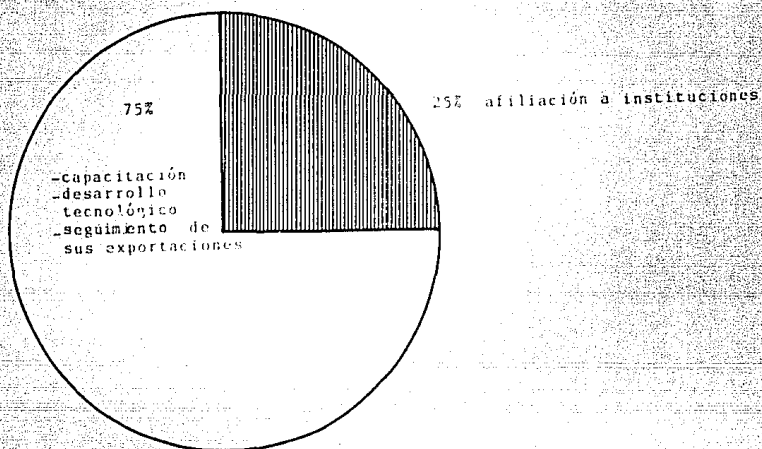


Gráfica 19

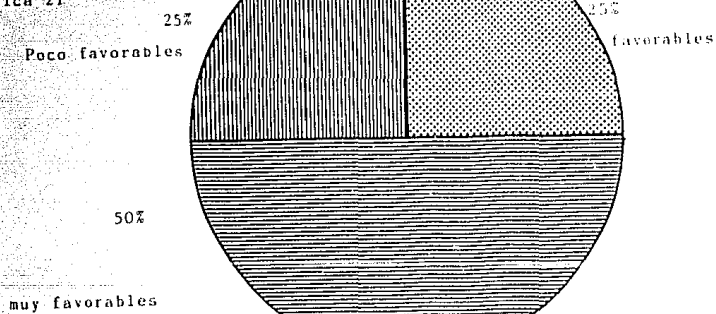
complicado acceso a los servicios de los fondos de fomento

100%

Gráfica 20



Gráfica 21



Las perspectivas de éstas empresas de mantenerse en el mercado internacional con base en los resultados obtenidos hasta el momento, son las siguientes:

12) Para el 50% de las empresas : Muy favorables.

Para el 25% de las empresas: Favorables.

Para el 25% restante : Poco favorables.
(gráfica 21)

Dentro de los factores que en algún momento han desalentado a éstas empresas para continuar con sus actividades de exportación se encontró que :

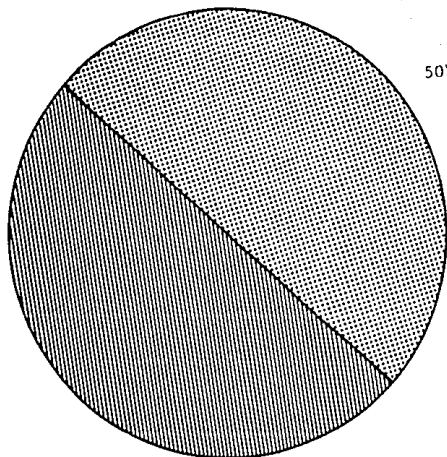
13) Para el 50% algunos de sus clientes tuvieron retrasos en sus pagos, por lo que esto se tradujo en problemas de liquidez. (gráfica 22)

14) En cuanto a la calidad de los productos para exportación comparada con la de los productos de consumo nacional, éstas si difieren entre sí , en el sentido de que en el 100% de las empresas investigadas tienen un mayor control de calidad en los productos de exportación. Esta situación pretende eliminarse poco a poco , pues opinan que tanto el mercado nacional como el extranjero merecen la misma calidad en los productos que consumen. (gráfica 23)

Por lo que se refiere a las medidas que las empresas tienen planeadas para incrementar y mejorar su participación en el extranjero tenemos:

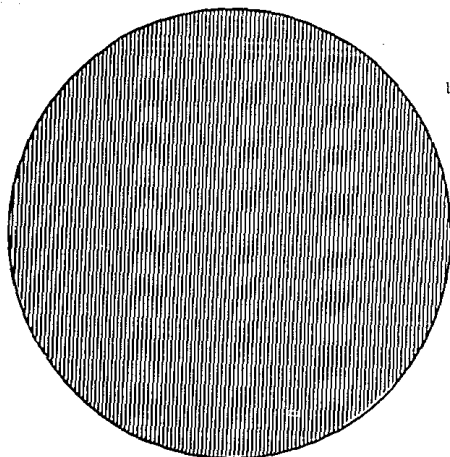
15) El 100% tiene contemplada la ampliación y modernización de su planta, y programas constantes de promoción tales como viajes, participación en ferias, etc.
(gráfica 24)

Gráfica 22



50% retrasos en la recepción de pagos

Gráfica 23

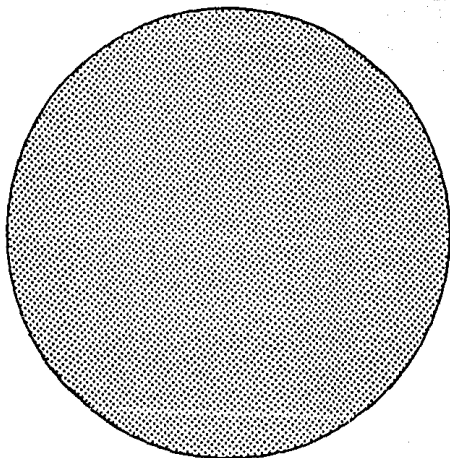


100% mayor calidad en los
productos de exportación
que en los nacionales

Gráfica 24

100%

- ampliación
- modernización
- promoción



4.4.

CONCLUSIONES

La investigación de campo y la investigación documental, nos permitieron comprobar que nuestras pequeñas empresas se caracterizan por poseer una serie de limitantes tales como: deficiencias organizacionales, obsolescencia y atraso tecnológico, carencia de mano de obra y personal calificado y eficiente, problemas de liquidez debido a que cuentan con poco capital y por ende, no tienen a su alcance los recursos para financiar proyectos de desarrollo, ausencia de planeación estratégica y operativa, poco respaldo de las instituciones de fomento y apoyo, carencia de mecanismos de retroalimentación con su medio ambiente, baja productividad y requieren mejorar la calidad de sus productos.

Todos estos, son factores que definitivamente parecen indicar grandes dificultades para su solución y con ello convertirse en empresas con posibilidades de éxito a nivel nacional e internacional.

Consideramos que gran parte de estos problemas surge a raíz de las condiciones generales que desde hace varios años se han creado en nuestra economía y en la economía internacional, por un lado, y a las características inherentes a la dimensión de éstas empresas por otro.

Por lo que se refiere al primer aspecto, sería importante destacar que a nivel nacional, es necesaria la creación de un clima más propicio para el desarrollo de éstas empresas mediante un apoyo más efectivo de sus actividades y una mayor articulación entre los sectores de la economía y la política económica a seguir. Esto desde luego sin volver al esquema proteccionista que ya ha demostrado su incapacidad para impulsar a las empresas nacionales.

A nivel internacional, aún cuando sabemos que nuestro país no está en posibilidades de influir en las decisiones trascendentales en materia de economía internacional, si es posible, y necesario, el diseño de un sistema de retroalimentación y de una estrategia que permita prevenir, atenuar e incluso aprovechar el impacto de los cambios generados en el ámbito internacional. A este respecto, las negociaciones bilaterales y multilaterales realizadas con base en una dirección definida y específica, pueden ser de gran importancia.

Lo anterior también es aplicable a nivel microeconómico. Al interior de la pequeña empresa, surge en primer lugar, su carácter de familiar y por lo mismo, patrimonial. El rumbo y la certeza de las decisiones adoptadas en una empresa por parte de su dirección (esté a cargo del propietario o no), es el primer factor determinante en la consecución de sus objetivos. En el caso de las pequeñas empresas se ha detectado una desvinculación con su medio ambiente, originada en principio por la falta de conocimientos de su personal (a todos los niveles).

Esta situación será superada en la medida que se comprenda que una empresa debe desarrollar su capacidad de responder ante los estímulos que recibe del medio ambiente que le dió origen. La delimitación y conocimiento absoluto de los objetivos organizacionales, con el esfuerzo conjunto de todos sus integrantes hacia su consecución, y el establecimiento de un compromiso de la empresa con su medio ambiente y de sus integrantes con la empresa misma, son condiciones necesarias para lograr dicha superación.

Hablar de ésto, implica necesariamente, hablar de un cambio en la cultura organizacional de estas empresas. La formación de personal más capacitado, hace posible la solución de sus limitaciones en cuanto a laba productividad y calidad , y a las deficiencias organizacionales.

Desde luego, la creación de un mecanismo de retroalimentación de la empresa con su medio ambiente, puede brindar la posibilidad de resolver o por lo menos, atenuar el impacto de sus problemas financieros, tener acceso a los apoyos por parte de las instituciones creadas para este fin, y buscar la solución a sus deficiencias tecnológicas.

En primera instancia, es necesario que las empresas conozcan su verdadera posición en el mercado nacional, sus ventajas, sus desventajas frente a la competencia, su aceptación en el mercado, las características que posee para conseguir la preferencia de sus clientes, el impacto que tendrá sobre la empresa los acontecimientos políticos, económicos y sociales, tanto a nivel nacional como internacional, así como el conocimiento de los servicios de las instituciones de apoyo y fomento que puede aprovechar, estableciendo las mejores relaciones posibles con bancos, proveedores y clientes.

Consideramos muy significativo el hecho de que el 56% de las empresas investigadas no contemplan la posibilidad de exportar , por suponer que esta actividad está fuera de sus alcances, debido a su falta de capacidad en cuanto a volumen y calidad de su producción , lo que les impediría en un momento dado, satisfacer las demandas del extranjero, pues ésto requiere básicamente un financiamiento difícil de conseguir.

Por otra parte, el hecho generalizado de la baja calidad de las industrias proveedoras de materia prima, hace pensar a las pequeñas empresas que no pueden competir internacionalmente, situación que se agudiza con los altos precios de las materias primas, lo cual resta competitividad en cuanto a costos de producción.

En tercer lugar, se encontró un rechazo a enfrentar las complicaciones que la exportación genera (trámites burocráticos, alto riesgo de las inversiones realizadas para tal fin, adquisición de otros compromisos, etc.).

En cuanto al 43.75% de las empresas investigadas, que involucran a aquéllas que planean exportar o bien, ya están exportando, es importante destacar los siguientes puntos :

- 1) Definitivamente, la participación en el concierto internacional requiere que éstas empresas resuelvan condiciones tales como: la mejora en la calidad de sus productos, formas de consecución de los financiamientos necesarios, ampliar su capacidad productiva, y en caso necesario, consolidarse previamente en el mercado nacional.
- 2) Para éstas empresas, la exportación se plantea como una alternativa de crecimiento, en la medida que la mayor parte de ellas ya han logrado cubrir el mercado nacional, (el cual atraviesa por cierto un periodo crítico debido al deterioro de su poder adquisitivo). Por otra parte, encuentran atractivo el ingreso de divisas como un medio de respaldo ante el alto índice inflacionario que presenta nuestra economía, y la constante devaluación de nuestra moneda.
- 3) Dichas empresas consideran tener cualidades que las hacen competitivas en el extranjero como son : precio, calidad tanto de los productos como de los servicios que acompañan a la venta, así como cumplimiento oportuno y eficiente de sus compromisos. Con éstos elementos es posible superar las dificultades en cuanto a los requisitos a cubrir con clientes aduanas, etc.
- 4) Lo anterior obliga a éstas empresas formar un cuadro de personal más capacitado y por ende, mayor productividad, mayor prestigio en el mercado local al mismo tiempo que depende menos del mismo. A esto se agrega el hecho de poder posicionarse en una situación más ventajosa para negociar y fijar condiciones favorables de compra y venta con proveedores clientes.

Por último, no podemos dejar de mencionar, que el hecho de que el 65% de las empresas investigadas se haya negado a proporcionar información argumentando en varios casos que consideraban ser entidades que carecían de elementos que pudieran aportar datos valiosos para un estudio de este tipo, pone de manifiesto su hermetismo para recibir estímulos de su medio ambiente, situación que es necesario reducir con una seria labor de sencibilización.

Aún cuando sólo el 18.75% de las empresas actualmente están exportando, éstas son una evidencia de que las empresas con éstas características pueden participar en las actividades de Comercio Exterior, y además exitosamente, pues presentan perspectivas favorables ante éstas circunstancias. Esto prueba que aún con sus limitaciones, las pequeñas empresas son capaces de superarlas paulatinamente y ofrecer productos de calidad a precios competitivos.

CAPITULO 5

RECOMENDACIONES

5.

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

Esta parte tiene como objetivo ofrecer información útil para las empresas que se plantean la posibilidad de exportar como una alternativa a seguir en el corto y mediano plazo.

Si bien es cierto que los elementos que pueden despertar el interés de las pequeñas empresas por el Comercio Internacional no puede surgir de la nada, entonces las instituciones de fomento tendrían que avocarse a la tarea de realizar una promoción más profunda, haciendo llegar a las empresas información útil y suficiente a través de diversos medios, como una forma de inducción a la cuestión del Comercio Internacional. Desde luego, esto tendría que incluirse en los programas de política económica del gobierno.

Lo anterior toma relevante importancia ante el hecho de que las pequeñas empresas mexicanas empiezan a competir con productos de países extranjeros de precios muy competitivos y de una alta calidad en algunos de sus casos. De tal forma, que sería conveniente tomar medidas tales como : actualización en cuanto a procesos de trabajo, modernización tecnológica, capacitación de la mano de obra , entre otras, para afrontar el impacto de los cambios que se empiezan a observar.

Es también recomendable, que cada empresa inicie un sondeo que le permita tener una idea de hasta qué punto tales condiciones están afectando a los mercados de las pequeñas empresas.

Cabe señalar que la participación en el concierto internacional puede presentar variantes a las que cada empresa puede adaptarse, como por ejemplo, la posibilidad de trabajar como maquiladora de empresas extranjeras, siempre y cuando pueda cumplir con los requerimientos de niveles de producción y de calidad.

En cuanto a la consecución de financiamientos, es importante establecer sólidas relaciones con las instituciones bancarias y comerciales, que permitan obtener acceso a créditos, con la posibilidad de hacer negociaciones bajo condiciones favorables en cuanto a plazos de pago, tasas de interés, descuentos, etc.

Desde luego, esto debe respaldarse con programas de ventas y estudios de factibilidad .

Es preciso destacar, que no se trata de exportar excedentes de producción, sino de ocupar la capacidad de la planta para satisfacer las demandas de nuevos mercados, con el antecedente de que la empresa, además de estar en posibilidades de ofrecer calidad y precios atractivos, es eficiente en cuanto a los servicios que acompañan a la venta; es decir, que cuenta con una especialización y dominio de sus funciones dentro de su campo de acción.

También es necesario que la empresa esté preparada para ajustarse a los cambios dentro de su estructura organizacional que la nueva actividad va a originar, reduciendo al máximo la posibilidad de conflicto ante esta situación.

A esto hay que agregar que si bien es cierto que se requiere de una inversión para poner en marcha la exportación de sus productos, la empresa debe evaluar si está en posibilidades de realizar tal inversión, con el fin de evitar una errónea asignación de recursos (estudio de factibilidad, costo de oportunidad, tiempo de recuperación de la inversión, punto de equilibrio, relación costo-beneficio, etc.).

Si todos estos factores son analizados correctamente, la empresa disminuye su dependencia del mercado nacional y no se verá tan afectada por los cambios negativos que éste pueda presentar, lo cual puede ser aprovechado para establecer condiciones de negociación más favorables con la clientela.

Para la pequeña empresa, es conveniente conocer los posibles servicios que puede utilizar de las instituciones de fomento y apoyo al Comercio Exterior, haciendo una combinación adecuada de ellos, pero debe quedar bien claro, que es la empresa misma la que debe iniciar su promoción y crear sus compromisos, pues esta es la forma de establecer los primeros contactos y se facilita el acceso a los servicios de las instituciones mencionadas.

Como señalamos anteriormente, la exportación es una actividad para entrar y permanecer en el mercado internacional; por tal motivo, las empresas interesadas en ello, deben tener conciencia de la importancia de ciertos elementos, que presentamos a continuación.

5.1. POR QUE ES CONVENIENTE EXPORTAR

Para explicar la necesidad de desarrollar un proceso de exportación, podemos partir del análisis de la Balanza de Pagos.

Como señalamos en los primeros capítulos, la Balanza de Pagos es el registro sistemático y ordenado de las transacciones económicas que un país realiza con el resto del mundo.

Existen básicamente 2 tipos de transacciones:

- a) Transacciones de flujo.- Son aquéllas registradas en la cuenta corriente y que se realizan diariamente.
- b) Transacciones de stock.- Son aquéllas que contribuyen a la formación bruta de capital (acumulación de capital ó divisas).

Los rubros que integran la Balanza de Pagos son:

- 1) Cuenta Corriente
 - a) Balanza Comercial + exportaciones
- importaciones
 - b) Balanza de Servicios
Financieros ó Factoriales
 - c) Registro de Servicios
No Factoriales
 - d) Transacciones Unilaterales
- 2) Cuenta de Capital
 - a) A largo plazo
 - b) A corto plazo
- 3) Cuenta de Errores y Omisiones
- 4) Cuenta de Movimiento de Reservas

La Balanza Comercial está integrada por 2 tipos de transacciones:

- a) Las exportaciones que significan el ingreso de divisas (moneda extranjera universalmente aceptada ó unidad monetaria internacional).

- b) Las importaciones, es decir la entrada de bienes y/o servicios que representan una salida de divisas.

En razón de lo anterior, se obtienen 3 tipos de saldos según la cantidad de exportaciones e importaciones realizadas por un país:

- 1) Déficit en la Balanza Comercial.- Exceso de importaciones sobre exportaciones. Esto implica una salida de divisas que el país no produce, lo cual conduce al endeudamiento.

Mecanismos de financiamiento para cubrir el déficit de la Balanza Comercial:

- a) Deuda
b) Inversión Extranjera Directa la cual conduce a la dependencia tecnológica y a la descapitalización.
c) Movimiento de reservas teniendo como consecuencias: devaluación e inflación.

- 2) Equilibrio de la Balanza Comercial.- $Exportaciones = Importaciones$

- 3) Superávit de la Balanza Comercial.- Exceso de exportaciones sobre importaciones. Esto implica una mayor generación de divisas y por lo tanto, crecimiento, pues de esta forma es posible financiar proyectos de desarrollo y hacer frente a los compromisos internacionales.

De aquí se concluye que las exportaciones son la forma más sana de financiar las importaciones y evitar recurrir a otros tipos de financiamiento nocivos para la economía nacional.

La Balanza de Servicios Financieros ó Factoriales en nuestro país presenta generalmente saldo negativo, pues genera básicamente salida de divisas. Los dos tipos de transacciones que se efectúan en éste rubro son:

- 1) Egresos.- Pagos a factores extranjeros en el país (mano de obra, tecnología, capital y organización).
a) Intereses (deuda)
b) Remisión de utilidades por inversión extranjera directa.

- 2) Ingresos.- Pagos a nuestro país por servicios factoriales ofrecidos a países extranjeros.
- a) Intereses (por concepto de deuda)
 - b) Remisión de utilidades por inversión extranjera directa.

El registro de servicios no factoriales se integra con los rubros que detallamos a continuación:

INGRESOS:

Turismo Receptivo
Telecomunicaciones
Fletes y seguros
Transporte
Becarios
Renta de películas
Transacciones fronterizas

EGRESOS:

Turismo
Telecomunicaciones
Fletes y seguros
Transporte
Becarios
Renta de películas
Transacciones fronterizas

Haciendo una breve revisión de todos éstos conceptos, es fácil deducir que para nuestro país el saldo de esta cuenta también es deficitario.

Las transacciones unilaterales se integran por transferencias y donaciones.

La cuenta de capital registra los cambios en la posición deudora o acreedora del país:

- a) A largo plazo se consideran los compromisos con vencimiento mayor a un año, como son los créditos de la deuda externa y las amortizaciones de capital.
Su contrapartida son los créditos que otorgamos a otros países
- b) A corto plazo son los compromisos con vencimiento menor a un año, como son el pago a proveedores extranjeros, teniendo como contrapartida el pago de nuestros deudores extranjeros.

La cuenta de errores y omisiones, son las estimaciones por otros conceptos no controlados como son: narcotráfico, fuga de capitales, braccros, contrabando, etc.

La cuenta de movimientos de reservas se explica con las transacciones siguientes:

- ± Variación de la cantidad de divisas
- ± Variación en la cantidad de oro

Cuando se recurre a la disminución de las reservas, la medida consecuente es la devaluación, generándose efectos como:

- a) Desercarecimiento de las reservas para evitar el agotamiento de las mismas.
- b) Equilibrio de la Balanza de Pagos, pues se restringen las importaciones.
- c) Incremento de las exportaciones por el abaratamiento de nuestros productos ante las divisas extranjeras.

Desde este punto de vista, las exportaciones significan la obtención de 3 beneficios para nuestra economía ya que:

- a) Son el mecanismo idóneo para financiar los compromisos internacionales contribuyendo a corregir el desequilibrio de la cuenta corriente.
- b) Son un mecanismo sano de financiamiento a las importaciones siempre y cuando se opte por una menor importación de bienes de consumo, una mayor importación de bienes intermedios y una fuerte importación de bienes de capital, lo cual significa una verdadera inversión con base en el aprovechamiento de la tecnología importada, con sus respectivas adaptaciones y mejoras según las necesidades reales de la empresa mexicana, capacitando nuestra mano de obra.
- c) Por otra parte las exportaciones permiten el mantenimiento de las reservas que hacen posible el pago de los compromisos internacionales, el financiamiento de proyectos de desarrollo y el mantenimiento de precios relativos estables.

La conjunción de estos tres beneficios, traen como efecto importante el crecimiento económico al incrementarse el PIB es decir, el aumento de la riqueza nacional en términos de su capacidad de producción. Con esto se pretende hacer dinámico el ciclo producción-consumo-inversión.

5.2. QUE ES CONVENIENTE EXPORTAR

Una vez explicados los motivos y beneficios de la actividad exportadora, es recomendable hacer un estudio de lo que a nuestro país le convendría exportar.

Para tal efecto podemos partir del concepto de la ventaja comparativa, pues aquéllos productos que entre otras cosas posean esta ventaja, son los que deben exportarse.

Se dice que los productos de un país que tienen ventajas comparativas, son aquéllos que tienen un precio relativo menor, o una mayor capacidad adquisitiva externa en términos de otros. Esto es, los productos que pueden comprarse más en el exterior que internamente. Los factores que determinan esta ventaja son:

- La abundancia de recursos naturales
- La productividad
- La inversión extranjera directa - vía costo mínimo de mano de obra

Existe otro factor a considerar para la determinación de la factibilidad de éxito en la exportación de un producto: la ventaja comparativa.

La ventaja comparativa se determina por una adecuación del precio relativo, la calidad del producto, el volumen de producción y el servicio ofrecido dentro del proceso de exportación, y en el caso particular de los países con bajos niveles de ingreso, también es importante la existencia de mecanismos de financiamiento.

La problemática a que se enfrenta nuestro país es que éste se convirtió en monoexportador de materias primas cuyos precios han sido regulados en forma especulativa a nivel internacional, trayendo consigo un deterioro de nuestras ventajas comparativas en cuanto a materias primas. Lo anterior hace surgir la necesidad de acceder a un mecanismo de ventajas comparativas dinámicas a partir de un nuevo modelo de industrialización. Dinámicas en el sentido de una selección periódica (previo análisis), de los productos a exportar, pues puede darse el caso de que un país que no pudo producir ayer un determinado producto, puede producirlo hoy debido a un cambio de circunstancias en el medio ambiente, ó quizá mejor lo que está produciendo actualmente.

La pequeña industria por otra parte, corre el riesgo de perder sus ventajas comparativas debido a su grave rezago tecnológico, por lo que también se plantea la necesidad de que este tipo de empresas se integren económicamente, esto es, que se vinculen en los procesos productivos a través de la contratación de maquila por ejemplo.

Sin embargo, para alcanzar esta situación, es necesario alentar una mayor participación del capital nacional y un adecuado aprovechamiento de la tecnología.

Es tiempo de que la pequeña empresa conozca los mercados en los que podría competir internacionalmente aprovechando sus potencialidades mediante una adecuada explotación.

5.3. LA EMPRESA EN EL PROCESO DE EXPORTACION

Para desarrollar el proceso de exportación la empresa requiere de un cambio dentro de su cultura organizacional enfocada a crear una mentalidad exportadora con las siguientes características:

- creatividad
- audacia para el desarrollo de proyectos de comercialización
- búsqueda de la dinámica de exportación: grandes volúmenes de producción aprovechando las ventajas comparativas
- adecuar la capacidad instalada hacia un proceso estructural de exportación

Existe también la necesidad de un análisis de la situación económica considerando factores tales como:

- Inflación
- Restricciones crediticias, altas tasas de interés
- Restricciones del mercado interno: desempleo, subempleo, deterioro del poder adquisitivo del salario

A esto cabe agregar la conveniencia de considerar las necesidades de crecimiento de la empresa y el desarrollo de sus propios mecanismos de competitividad.

Otros elementos de análisis para el desarrollo del proceso de exportación y comercialización:

- 1) Análisis de la capacidad física de la empresa
 - precio
 - calidad
 - servicio
 - financiamiento
 - capacidad para cubrir la demanda internacional (incremento de la capacidad instalada)
 - afrontar el riesgo de la inversión requerida
- 2) Participación en el mercado internacional
 - Penetrar en el mercado sacrificando en un principio las utilidades de la empresa
 - Mantenerse y adquirir presencia en el mercado para diseñar mecanismos que permitan una negociación comercial más conveniente

3) Canales de distribución

Selección de los mecanismos adecuados para que el producto ingrese:

- Exportación directa (producción bajo pedidos aceptando las condiciones de los compradores)
- Representación en el país extranjero (mayoristas en el mercado de exportación)
- Representación personal de la firma (inversión extranjera directa)

4) Análisis de la capacidad administrativa de la empresa para exportar.

- creación de un departamento de exportación
- estudio para una posible reestructuración de la empresa

5.4. BARRERAS PARA EL COMERCIO INTERNACIONAL

Las barreras son factores o instrumentos que dificultan las actividades de Comercio Internacional (importaciones y exportaciones). Su origen se encuentra en el proteccionismo que cada gobierno instrumenta para el desarrollo de su industria nacional.

Básicamente existen 2 tipos de barreras:

- 1) Protección arancelaria
- 2) Protección no arancelaria

El arancel es un instrumento de tipo indirecto que grava las operaciones de Comercio Internacional y añade ficticiamente valor a un determinado precio de importación para asegurar la competitividad de la producción nacional.

En este sentido, en cuanto a importaciones, un arancel trae como consecuencias:

- La disminución de las mismas
- Protección de la industria nacional
- Salvaguardia del equilibrio de la Balanza de Pagos
- Instrumenta un mecanismo de asignación de recursos (orienta la inversión en sectores protegidos), y orientación del consumo

Por otra parte sus efectos en cuanto a las exportaciones:

- Evita la escasez de productos en el mercado nacional
- Evita que un subsidio a algún producto se traslade al consumidor extranjero.

Por lo que se refiere a las barreras no arancelarias, para-arancelarias ó contingentarias, restringen las importaciones en forma temporal, con el fin de eliminar los problemas de la Balanza de Pagos. Su característica principal es que son de tipo cuantitativo, siendo las más comunes:

- 1) Los precios oficiales.- Evitan la valoración de tipo aduanero así como la subfacturación, cuando mediante un decreto una serie de fracciones se somete a un precio oficial.
- 2) Depósito previo.- Es un mecanismo de restricción que afecta el precio de las importaciones. Funciona mediante el pago en efectivo de un determinado porcentaje del valor de la importación, el cual es reembolsable 6 meses después de la operación, lo cual afecta el precio por el costo de oportunidad.

- 3) Cuota de importación.- Como mecanismo de salvaguardia, es una cantidad o monto físico o valor que se permite para ingresar a una país, con base en el consumo aparente (*) de la economía del mismo. Su objetivo es no desabastecer el mercado interno y fortalecer la producción nacional.

La tipología de estas cuotas es la siguiente:

- a) De acuerdo con su forma de imposición:
- a.1) Absoluta ó unilateral: No se negocia con los países afectados el volumen de la cuota.
 - a.2) G l o b a l : Se impone una cuota a una serie de independientemente del país que se -- trata.
 - a.3) Cuota Unilateral Mixta: Tope mixto (volumen y monto) - que es asignado a cada uno de los países.
- b) Cuota asignada por negociación ó bilateral: Firma de un acuerdo donde se asigna a "X" país una cuota de exportación. Su instrumentación o manejo es otorgado a la Autoridad Comercial del país exportador y así los productores involucrados negocian su participación dentro de la cuota.
- c) Por su forma de determinación:
- c.1) Por volumen ó característica del producto
 - c.2) Según valor: O bien determinación de montos, lo cual es restrictivo si consideramos el índice inflacionario internacional.
 - c.3) Cuota arancelaria: Fijación de montos que no van a pagar aranceles y una vez rebasados éstos, se aplica el pago de un arancel, que puede ser preferencial.
- d) Según el contenido de materia prima extranjera contenida en el producto: De acuerdo a un grado mínimo de integración del producto.

Cabe mencionar que existen otro tipo de barreras de tipo cuantitativo como son las leyes anti dumping y las licencias o permisos de importación.

Las primeras se instrumentan mediante el pago de derechos compensatorios cuando el precio de exportación es menor al precio en el mercado interno del país exportador. De esta manera se restringen las importaciones que pueden perjudicar a la industria nacional del país comprador. El dumping se da con la existencia de subsidios a la exportación o bien a través de la práctica contable.

Las licencias ó permisos de importación son solicitudes ante las autoridades aduanales para importar un determinado producto, cuya autorización se somete a diversos criterios.

(*) Consumo aparente = Producción + Exportaciones - Importaciones

Barreras de tipo cualitativo:

En virtud de que los principios del GATT postulan la protección no arancelaria, se han diseñado técnicas de normalización para interferir en las corrientes de tipo comercial a través de normas en cuanto a la calidad de los productos. Es decir, que son condiciones exigidas por los países importadores, aparentemente creadas para salvaguardar el medio ambiente. Este tipo de barreras han traído problemas a algunos de los productos de exportación de nuestro país pues en muchas ocasiones no pueden cubrirse ciertos requisitos en cuanto a estas normas por carecer de la tecnología necesaria.

De tal forma que encontramos normas de diversas índoles:

1) Agrícolas

a) Sanitarias: Cuando se trata de productos para el consumo humano

b) Fitosanitarias: Si se refiere a vegetales

2) Normas de envase, embalaje y etiquetado, las cuales varían de país a país.

3) Normas técnicas y de calidad internacional para productos manufacturados: El desarrollo de procesos tecnológicos presiona para la imposición de normas que sólo pueden cumplirse en los países desarrollados siendo estos los importadores.

De aquí surge la necesidad de la investigación y desarrollo tecnológicos, aunque por lo que se refiere a los productos de la industria del vestido, a pesar de ser una industria tradicional muy protegida en todos los países, es más fácil cumplir con estas normas de calidad y aprovechar los actuales sistemas de preferencias arancelarias que otorgan los países desarrollados para posicionarse en los mercados extranjeros mediante las ventajas que estos sistemas ofrecen en cuanto a precios y poco a poco crear estrategias de competitividad para mantenerse en los mercados aún cuando las preferencias arancelarias desaparecieran.

5.5. ASPECTOS MERCADOTECNICOS QUE DEBE CONSIDERAR

LA EMPRESA DE EXPORTACION

La mercadotecnia puede definirse como un proceso destinado a la transferencia de productos ó servicios de un fabricante a un consumidor ó usuario, de tal manera que satisfaciendo sus necesidades se obtienen beneficios apropiados.

Este proceso o conjunto de actividades se inicia con la delimitación del mercado en donde se piensa competir. Una vez que este ha sido determinado, se obtiene la mayor información posible sobre sus características: contexto económico general
características de su industria
características del consumidor
características de la competencia

Toda esta información debe ser interpretada adecuadamente para facilitar la toma de decisiones y elaborar un plan de mercadotecnia acorde con los objetivos de la empresa (en este caso, sería satisfacer las necesidades del mercado extranjero). En materia de Comercio Internacional, es necesaria la adecuación del producto a los mercados del exterior, pues la empresa de hecho, no elabora su producto expresamente para exportar, si no que se trata de colocar el producto que la empresa elabora originalmente para el mercado nacional.

En el caso particular de la confección de ropa, tal vez una de las principales adecuaciones sea la de las medidas de las prendas (tallas), pues hay que considerar la diferencia de estaturas y otras características físicas que existen entre un país y otro.

DIFERENCIAS ENTRE LA MERCADOTECNIA NACIONAL Y LA INTERNACIONAL

CARACTERISTICAS OPERACIONALES	1) Condiciones económicas	Aspectos estructurales Aspectos coyunturales
	2) Aspectos Culturales	Usos pautas de consumo Costumbres Relaciones históricas
	3) Condiciones Climatológicas	Resistencia Calor
	4) Competencia	Más seria y abierta en el - mercado internacional (com- petencia desleal)
	5) Influencias políticas	Importaciones ocasionales (escases o control de pre- cios interno) Proteccionismo industrial a) Sustitución de importaciones b) Gravámenes Compensatorios c) Restricciones especiales

GESTION
EMPRESARIAL

- | | |
|------------------------------|---|
| 1) Estructura Organizacional | Organización
Personal especializado
Actitud empresarial en su -
conjunto (concientización -
a todos los niveles |
| 2) Responsabilidad Social | Comunidad
País
Empresa misma |

DECISIONES DE MERCADOTECNIA EN EL PROCESO DE EXPORTACION

Factores o circunstancias que pueden llevar a la empresa a tomar la decisión de exportar

- 1.- Análisis de objetivos y situación de la empresa, teniendo como factores:
 - a) Deseo de aprovechar la capacidad ociosa de la empresa
 - Deficiencias en las operaciones de mercadotecnia de la empresa (producto no adecuado en la relación calidad y/o precio).
 - Deficiencias en el departamento de ventas (estructura de comercialización).
 - El mercado llega a tener una estructura competitiva que limita la participación de la empresa dentro de él.
 - Saturación del mercado.
 - b) Necesidad de diversificar mercados
 - a) Estacionalidad - negociación de producción
 - evitar la venta irregular
 - b) Situaciones económicas por las que atraviesan los mercados
- 3.- Modernización de las instalaciones -equipo- más producción y mejor calidad a un costo unitario más bajo.

Con base en las respuestas a estos planteamientos, deberá hacerse una evaluación de las oportunidades detectadas en el Comercio Internacional, considerando que la exportación es una actividad para entrar y permanecer. En la misma forma, es necesario hacer una evaluación de la capacidad actual de la empresa en su conjunto, en cuanto a :

- a) Su organización - trabajo conjunto
- b) Personal capacitado - apoyo
- c) Situación financiera - grave riesgo de endeudamiento
- d) Posibilidades de abastecimiento en el mercado internacional
 - estudio de las necesidades adicionales de materia prima
 - origen de la materia prima (nacional ó importada) y posibilidades de abastecimiento y restricciones a las importaciones.

- fuentes alternativas de abastecimiento (materias primas sustitutas).

La viabilidad del proyecto de exportación debe ser el instrumento que determine el apoyo financiero y la capacitación necesarios para una empresa.

En particular para las pequeñas empresas, resulta muy costoso y complicado realizar dichos estudio de factibilidad, sobre todos en los que se refiere al estudio de las condiciones de los mercados extranjeros. Debido a que es necesario tener una gran infraestructura realizarlos, existen organismos de apoyo tales como: EL BANCO NACIONAL DE COMERCIO EXTERIOR, los departamentos de la Banca Internacional de las Sociedades Nacionales de Crédito, las Consejerías Comerciales de las Embajadas de cada país, las Cámaras de Comercio Extranjeras, que pueden ser fuentes muy valiosas para la recopilación de información sobre las posibilidades de éxito en la exportación de nuestros productos a un mercado determinado.

A grandes rasgos, las etapas que deben contemplar los estudios de factibilidad son las siguientes:

PRIMERA ETAPA

Fase 1

- 1) Estudio del mercado en su conjunto:
 - a) Análisis del potencial
 - b) Volúmenes de la industria, estructura y tendencias de expansión (fundamentalmente)
 - c) Porcentaje de éste mercado, cubierto por las importaciones y su tendencia en la relación de cobertura nacional e importada (medidas de proteccionismo y sustitución de importaciones).
 - d) Convenios bilaterales y multilaterales y cómo aprovecharlos.

- primera evaluación para determinar si es conveniente continuar la investigación.

Fase 2

- 1) Análisis del consumidor
 - Quién consume : grupos étnicos, sexos, edades, etc.
 - En qué zona se encuentra la demanda
 - En qué época y con qué frecuencia se compra el producto (capacidad de producción y abastecimiento)
 - Cómo se utiliza el producto

Fase 3

1) El producto

- Características generales del producto consumido
- Exigencias gubernamentales
- Verificación de avances tecnológicos que pueden en un momento dado dejar en la obsolescencia a nuestro producto
- Comparación de las características del producto de línea vendido en el mercado nacional contra los requerimientos del mercado extranjero que se pretende satisfacer. Se detectan las modificaciones necesarias y se determinan las posibilidades de cambio ó adecuación sin incrementar costos o procesos productivos en forma sustancial.

SEGUNDA ETAPA

Aspectos de Comercialización

1) Análisis de la competencia

- a) Imagen y reputación
- b) Motivo del éxito de los competidores
 - calidad del producto
 - precio
 - dominio de los métodos de distribución
 - métodos de publicidad y promoción de ventas
 - servicio post-venta o reposición (según las características físicas del producto)

2) Protección arancelaria

TERCERA ETAPA

1) Aspectos operativos

- Trámites y mecanismos de importación y/o exportación

2) Aspectos inherentes al mercado

- transportación
- relación directa costo-precio

3) Aspecto mercado

- situación cambiaria
- mecanismos y plazos de pago
- liquidez del exportador
- financiamiento a proveedores

Una vez recopilada esta información, se procede a la selección de mercados, agrupándolos en tres categorías básicas:

- a) Mercados donde efectivamente hay posibilidades inmediatas de exportación, donde el producto requiere muy pocas modificaciones con respecto al producto del mercado interno.

- b) Mercados donde efectivamente hay posibilidades de venta pero no inmediatas debido a que el producto requiere de modificaciones importantes
- c) Aquéllos mercados donde existen pocas posibilidades porque realmente tienen restricciones legales principalmente, las cuáles obstaculizan un proceso normal de comercialización.

Sin embargo es importante destacar que no es conveniente descartar ningún mercado.

La etapa posterior a la selección de mercados, deberá ser la selección de los canales de distribución, es decir, el diseño de la mecánica de negociaciones, y la logística para hacer llegar el producto al consumidor final.

Esto desde luego deberá responder a las características y necesidades del mercado, y a las políticas de la empresa en cuanto a si su plan es exportar ocasionalmente (en este caso se recomienda el método de exportación indirecta, en la que la empresa no hace llegar directamente el producto al consumidor final, sino que utiliza los servicios de Importadores o Consorcios de Importación y Exportación.

En cambio, si la empresa contempla el plan de exportación permanente, deberá involucrarse en la labor de producción, exportación y comercialización, lo cual requiere una fuerte infraestructura que en especial, las pequeñas empresas no tienen posibilidades de financiar. Sin embargo, hay que considerar que a menor número de intermediarios que intervengan en el proceso de exportación, la empresa estará en mejores posibilidades de ofrecer precios más competitivos.

En general, los métodos de distribución recomendados para las pequeñas empresas son:

- Los agentes de ventas viajeros
- Agentes locales que fungen como representantes, agentes comerciales y distribuidores

Desde luego, es importante destacar que para ambos casos se requiere de una minuciosa investigación de los antecedentes de los agentes con quienes se planea trabajar, celebrando contratos iniciales de corta duración (un año con opción a dos), para ir conociendo al agente, determinar su capacidad y dar un margen razonable de tiempo para introducir nuestro producto al mercado.

De esta forma se van sentando las bases para el establecimiento de lazos comerciales a largo plazo.

No debe olvidarse, que si el producto es satisfactoriamente adecuado al mercado, y se ofrecen además precio y calidad, estaremos facilitando la labor del agente para colocar el producto, satisfaciendo las expectativas económicas y las necesidades del consumidor plenamente.

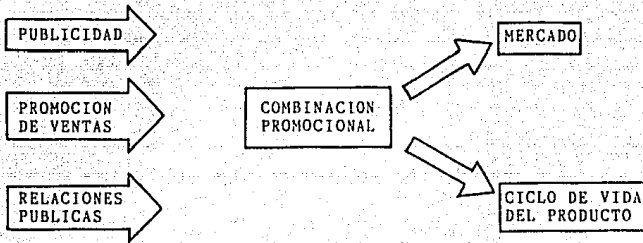
Con base en esto, debe estudiarse cuidadosamente la conformación del precio básico con los factores que lo condicionan:

	Costo - único factor determinado por la empresa
Precio básico	Possibilidades del consumidor (demanda)
	Competencia (oferta)

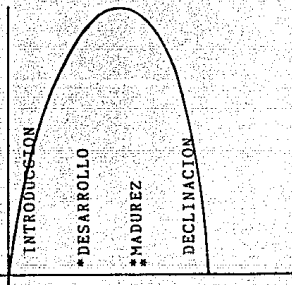
Cálculo del precio de exportación .

Producto	+ Precio de costo en el mercado nacional
	. Gastos de adecuación o acondicionamiento y embalaje
	. Gastos de verificación y control
	. Gastos administrativos
	- Desgravación fiscal a la exportación
Exportación	+ Gastos relativos a la exportación
	. transporte
	. seguros
	. aranceles (en materia textil exentos SGP)
	. otros
Comercialización	+ Gastos de Comercialización
	. publicidad y promoción de ventas
	. comisiones
Finanzas	+ Gastos financieros
	. comisiones e intereses por crédito
	. gastos inherentes al cobro diferido
	. devaluación

Para conseguir o mantener la competitividad en precios, es necesaria una actividad muy intensa de promoción, como pueden ser los apoyos al esfuerzo promocional, la publicidad y las relaciones públicas, combinadas en la forma más efectiva posible, según el mercado meta (industrial, intermediario o de consumo), y las situaciones particulares que pueden presentarse (ciclo de vida del producto).



CICLO DE VIDA DEL PRODUCTO



(*) (**) Etapas donde se requiere mayor esfuerzo publicitario utilizando la diferenciación psicológica enfocada a la percepción del consumidor.

5.6. SINTESIS DE LA PROPUESTA DEL PROCEDIMIENTO BASICO DE
INDUCCION DE LAS EMPRESAS AL COMERCIO EXTERIOR

- 1) Recopilación de información para integrar los estudios de factibilidad de exportación a los mercados de interés
- 2) Evaluación de las posibilidades de la empresa para satisfacer las demandas de los mercados extranjeros asegurándose de que la empresa puede soportar los riesgos de la inversión que ésto implica
- 3) Selección de mercados y canales de distribución
- 4) Diseño y puesta en marcha de un programa de promoción de ventas y medios publicitarios
- 5) Levantamiento de pedidos con su consecuente entrega oportuna cumpliendo con las normas de calidad solicitadas por el comprador (énfasis muy importante en el control de calidad)
- 6) Diseño de un mecanismo de retroalimentación de la empresa con su medio ambiente nacional e internacional, mediante:
 - Capacitación de la mano de obra y personal administrativo
 - Investigación y desarrollo tecnológico
 - Seguimiento de la aceptación de la mercancía vendida (respuesta del mercado)
 - Asociación con las instituciones que ofrecen servicios de información sobre el panorama internacional
- 7) Reforzamiento de los próximos programas de promoción y estrategias publicitarias
- 8) No descuidar el mercado local en cuanto a atención y calidad
- 9) Planación de la ampliación y modernización de la planta en la medida de la respuesta de los nuevos mercados

En la medida que la pequeña empresa asuma sus responsabilidades y retos como ente socioeconómico, e inicie su proceso administrativo con miras a convertirse en una mediana o gran empresa, e integre los elementos materiales, humanos y técnicos que para ello necesita, podrá competir decididamente a nivel nacional e internacional, con una probabilidad mayor de éxito.

BIBLIOGRAFIA

B I B L I O G R A F I A

1.- ADMINISTRACION DE EMPRESAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS.

PICKLE-ABRAHAMSON.

Editorial Limusa, 1a. Edición,

Capítulo 1 - "La pequeña empresa y su medio ambiente",

pp. 17-35.

2.- DIAGNOSTICO ECONOMICO DE LA INDUSTRIA NACIONAL DEL VESTIDO,

Documento elaborado para la Cámara Nacional de la Industria del Vestido por:

CONSULTORES INTERNACIONALES, S.C.

México, Noviembre de 1983.

3.- EL COMERCIO EXTERIOR DE MEXICO,

Coeditores: Instituto Mexicano de Comercio Exterior -

Academia de Arbitraje y Comercio Internacional,

Editorial Siglo XXI, 1a. Edición,

México, 1982. Tres Tomos.

Tomo 1.- El modelo industrial exportador

Una nueva estrategia de desarrollo en México,

Por: RENE VILLAREAL,

pp. 19-41

- Alternativas de política económica ante la coyuntura internacional,

Por: ANTONIO GAZOL SANCHEZ,

pp. 42-49

- A qué modelo de industrialización corresponden las exportaciones mexicanas?

1) Necesidad de una política de sustitución de importaciones.

2) Problemática del modelo de exportaciones.

Por: FERNANDO CLAVIJO, WISTAO SAEZ, PHILIPPE SCHEUER

pp. 50-76

- Las empresas transnacionales y el comercio exterior de México

Por: ROGELIO RAMIREZ DE LA O

pp. 77-113

- Nuevas tendencias de la estrategia internacional del comercio exterior mexicano,

Por: ROBERTO DAVILA GOMEZ PALACIO,

pp. 114-133

- La política de comercio exterior de México Fomento de la exportación,

Por: HECTOR HERNANDEZ CERVANTES,

pp. 137-161

Tomo 2.- El sistema monetario internacional:

Implicaciones para los países en desarrollo,

Por: MIGUEL ACEVEDO GARAT,

pp. 11-37

4.- Periódico EL FINANCIERO

Artículos varios.

5.- Revista COMERCIO EXTERIOR,

Banco Nacional de Comercio Exterior,

Vol. 36 Núm. 1

México, Enero de 1986,

Ventajas y Desventajas del Ingreso de México al GATT,

Por: RICARDO PEÑA ALFARO,

pp. 33-45

6.- Revista EXPANSION,

Vol. XVII, No. 424,

México, Septiembre de 1985,

La Empresa Familiar Mexicana: ¿La cosa nostra?

Artículo de Portada

pp. 34-36

7.- Revista COMERCIO,

Cámara Nacional de Comercio,

Vol. XXVIII, No. 319,

México, Junio de 1987,

La Pequeña Empresa,

Por: KEITH MARSDEN,

pp. 34-38

Vol. XXVIII, No. 325,
México, Diciembre de 1987,
Sistema General de Preferencias,
s.a.
pp. 40-41

8.- Teoría del Comercio Internacional,

RICARDO TORRES GAYTAN,

Editorial Siglo XXI

7a. edición, México, 1978

9.- CURSO PRACTICO PARA LA EXPORTACION

Banco Nacional de Comercio Exterior,

Febrero-Mayo de 1988

Expositores:

Dr. Mario Abdala (Centro de Estudios de Comercio Exterior)

Dr. Miguel A. Acerenza (Centro de Estudios de Comercio Exterior)

Lic. Gabriel Barrera Pérez (Bancomext)

Sr. Ernesto Montiel Gómez (Dirección General de Aduanas)

Lic. Manuel Obregón Sánchez (Compañía Mexicana de Seguros
Comerciales)

Srita. Isabel Rubio (Bancomext)

Lic. Francisco Salinas Heleno (Bancomext)

Lic. Salvador Vaca (Bancomext)