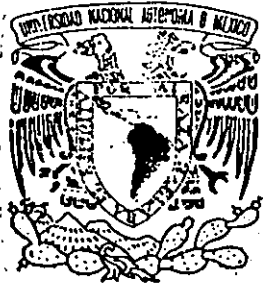


193



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA
DE MEXICO

FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES
CUAUTITLAN

296680

"PLAN DE NEGOCIOS DE EXPORTACION"

"PROYECTO PARA LA EXPORTACION DE
TRICICLOS DE PLASTICO A SANTIAGO, CHILE"

TRABAJO DE SEMINARIO
QUE PARA OBTENER EL TITULO DE:
LICENCIADA EN CONTADURIA
P R E S E N T A :
NORMA VALENCIA CAÑAS

ASESOR: L.E. RAUL GONZALEZ ESPINOZA.

CUAUTITLAN IZCALLI, EDO. DE MEXICO. 2001.



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 esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

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

FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES CUAUTITLAN
UNIDAD DE LA ADMINISTRACION ESCOLAR
DEPARTAMENTO DE EXAMENES PROFESIONALES



UNIVERSIDAD NACIONAL
AUTÓNOMA DE
MÉXICO

U. N. A. M.
FACULTAD DE ESTUDIOS
SUPERIORES CUAUTITLAN



DEPARTAMENTO DE
EXAMENES PROFESIONALES

DR. JUAN ANTONIO MONTARAZ CRESPO
DIRECTOR DE LA FES CUAUTITLAN
PRESENTE

ATN: Q. Ma. del Carmen García Mijares
Jefe del Departamento de Exámenes
Profesionales de la FES Cuautitlán

Con base en el art. 51 del Reglamento de Exámenes Profesionales de la FES-Cuautitlán, nos permitimos comunicar a usted que revisamos el Trabajo de Seminario:

" Plan de Negocios de Exportación "

" Proyecto para la Exportación de triciclos de plástico a Santiago, Chile "

que presenta la pasante: Norma Valencia Cañas

con número de cuenta: 8902054-2 para obtener el título de :

Licenciada en Contaduría

Considerando que dicho trabajo reúne los requisitos necesarios para ser discutido en el EXÁMEN PROFESIONAL correspondiente, otorgamos nuestro VISTO BUENO.

ATENTAMENTE
"POR MI RAZA HABLARA EL ESPIRITU"

Cuautitlán Izcalli, Méx. a 13 de Junio de 2001

MODULO

PROFESOR

FIRMA

1

L.E. Rogelio Sánchez Arrastio

2

L.E. Raúl González Espinoza

3

M.A. Gerardo Sánchez Ambriz

(S)

AGRADECIMIENTOS

A DIOS

Por permitir que esto hoy sea una realidad.

A LA UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

Por brindarme la oportunidad de pertenecer a ella, y poder sentir el orgullo de ser miembro de la Máxima Casa de Estudios en México.

A LA FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES CUAUTILÁN

Por abrimme sus puertas y permitir que en sus aulas me obsequiaran los elementos y herramientas necesarias para que se llevara acabo mi formación profesional.

A MIS PROFESORES

Por haber compartido conmigo sus conocimientos y experiencias incondicionalmente.

A MIS PADRES

Por su continuo e incondicional apoyo para que esto se lograra.

A MIS HERMANOS

Por estar siempre conmigo.

A MI ASESOR

Porque para poder realizar este trabajo, me ha regalado sus conocimientos, consejos, tiempo y paciencia, que son invaluable.

A MI RESPETABLE JURADO

Por su tiempo dedicado a la revisión de este trabajo y sus valiosos comentarios.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	1
OBJETIVO	3
JUSTIFICACIÓN	4

CAPÍTULO 1 MARCO REFERENCIAL DEL COMERCIO EXTERIOR

1.1. EL CONTEXTO DEL COMERCIO EXTERIOR DE MÉXICO	5
1.2. BALANZA DE PAGOS	8
1.3. MÉXICO Y LA GLOBALIZACIÓN	11
1.4. EXPORTACIONES MEXICANAS A CHILE	13

CAPÍTULO 2 PROCEDIMIENTOS ADMINISTRATIVOS Y MARCO JURÍDICO

2.1. REGLAS DE ORIGEN	17
2.2. REGULACIONES ARANCELARIAS Y NO ARANCELARIAS	21
2.2.1. REGULACIONES ARANCELARIAS	21
2.2.2. REGULACIONES NO ARANCELARIAS	25
2.3. DOCUMENTOS Y TRÁMITES ADUANEROS	29
2.4. PROGRAMAS E INSTITUCIONES DE APOYO AL COMERCIO EXTERIOR	31
2.5. INCOTERMS	36

CAPÍTULO 3 ANÁLISIS ESTRATÉGICO DE LA EMPRESA CON PERFIL EXPORTADOR

3.1. ASPECTOS DEL PROCESO PRODUCTIVO	41
3.2. ANÁLISIS FINANCIERO	44
3.3. ANÁLISIS FODA	50
3.4. DIMENSIÓN DEL POTENCIAL EXPORTADOR	53
3.5. ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA	55

CAPÍTULO 4 ELABORACIÓN DEL PLAN DE NEGOCIOS DE EXPORTACIÓN

4.1. ANÁLISIS FODAS	59
4.2. ANÁLISIS FINANCIERO	61
4.3. IDENTIFICACIÓN Y DETERMINACIÓN DEL MERCADO.....	62
4.4. VENTAJAS COMPETITIVAS EN EL MERCADO	63
4.5. CANALES DE COMERCIALIZACIÓN	66
4.6. PRECIO DE EXPORTACIÓN Y LOS INCOTERMS	67
4.7. RECURSOS DE LA MERCADOTECNIA INTERNACIONAL..	70
4.8. TRANSPORTE Y DISTRIBUCIÓN FÍSICA	70
4.9. ENVASE Y EMBALAJE	72
4.10. DOCUMENTACIÓN Y TRÁMITES ADUANALES	73
4.11. FORMAS DE PAGO INTERNACIONAL	74

CONCLUSIONES	76
---------------------------	-----------

BIBLIOGRAFÍA

ANEXOS

INTRODUCCIÓN

Actualmente, México se encuentra inmerso en dos hechos ineludibles, el primero un proceso de globalización al que no puede permanecer ajeno, prueba de ello es que ha venido firmando importantes acuerdos comerciales con diferentes países, con el objeto de poder aprovechar los tratos preferenciales a los que se haría acreedor por la firma de éstos y el segundo, un continuo déficit comercial en su Balanza de Pagos, el cual debe de disminuir de manera importante y para lograrlo, el incremento y diversificación de nuestras exportaciones, es una alternativa, ya que este déficit comercial, lejos de disminuir tiende a incrementarse, convirtiéndose en un obstáculo para el desarrollo de la economía nacional.

Con el propósito de analizar esta situación enfrentada por nuestro país, el presente trabajo de investigación describe en el capítulo uno, el entorno económico en el que se inserta el sector exportador mexicano; lo anterior se realiza a partir de que México, tiene firmados diversos tratados de libre comercio que buscan incrementar y diversificar las exportaciones de productos donde existen ciertas ventajas competitivas.

En el capítulo dos, se señala y se explica la importancia de las reglas de origen, así como los aspectos arancelarios y trámites aduaneros que deben realizar las empresas exportadoras. Además se destaca el papel que juegan los programas e instituciones gubernamentales que apoyan el comercio exterior y resalta la importancia de los incoterms en la realización de una exportación.

En el capítulo tres de esta investigación, se realiza un análisis estratégico del proceso productivo, financiero - contable y organizacional, de una empresa; con el fin de identificar fortalezas y debilidades, así como sus oportunidades y amenazas. Además de evaluar el potencial exportador de la empresa.

Finalmente en el capítulo cuatro, se presenta una descripción del plan de negocios de exportación de la empresa Plásticos de México, S.A. de C.V. a partir de la identificación de ventajas competitivas, canales de comercialización, precios de exportación, recursos de mercadotecnia, transporte e identificación de documentos y trámites que debe cumplir la empresa para lograr con éxito la exportación de triciclos de plástico al mercado de destino; en éste caso Santiago de Chile.

Por último hay que puntualizar que la elaboración de un plan de negocios para la exportación tiene gran importancia, ya que permite identificar el perfil exportador de la empresa y orientar a los exportadores para poder penetrar y sobre todo permanecer en el mercado exterior.

OBJETIVO

Describir de manera concreta, mediante un proyecto de exportación, el procedimiento, trámites, documentos y aspectos financieros que se deben considerar, para que una empresa pueda exportar triciclos de plástico a Santiago de Chile.

JUSTIFICACIÓN

Dada la necesidad de incrementar y diversificar las exportaciones en nuestro país, para obtener divisas, generar fuentes de empleo y mejorar la balanza comercial; es prioridad que el sector exportador conozca el marco del contexto exterior, con el objeto de localizar e identificar oportunidades y aprovechar las ventajas que se obtienen, a través de los diferentes tratados de libre comercio que México ha firmado en la última década.

Así mismo es importante que los exportadores mexicanos cuenten con un proyecto de exportación, que los oriente en la identificación del mercado meta, los competidores, aseguramiento del producto contra riesgos, transportes, formas de pago seguras y aranceles que aplican al producto, entre otros trámites.

La empresa Plásticos de México, S.A. de C.V. tiene un ambicioso proyecto de expansión y ha decidido que la exportación de sus triciclos al mercado chileno, es una buena opción que le permitirá tener éxito y cumplir con sus metas.

Además hay que resaltar, que actualmente el Contador Público, requiere conocer el mercado donde participa su empresa, a fin de que aporte ideas y recomiende cómo la empresa puede prepararse para competir en los mercados externos.

CAPÍTULO 1 MARCO REFERENCIAL DEL COMERCIO EXTERIOR

1.1. EL CONTEXTO DEL COMERCIO EXTERIOR DE MÉXICO

En un mundo actual en el que las distancias se han reducido de manera importante y los medios de comunicación no son la excepción, ya que están permitiendo conocer en cuestión de segundos lo que pasa en cualquier extremo del planeta, y las relaciones comerciales han alcanzado un dinamismo jamás imaginado; han provocado que aquellas épocas de los dos grandes bloques el capitalista y el socialista quedaran atrás, dando paso a una nueva era económica, en la cual los intereses de las grandes empresas prevalecen sobre el interés nacional. Así tenemos desde el paradigma mercantilista que postulaba la regulación de comercio como instrumento fundamental de la prosperidad de las naciones; o el liberalismo económico, donde la oferta genera su propia demanda, de manera que una sobreproducción generalizada o una insuficiencia de la demanda agregada, están descartadas. Hasta los nuevos acuerdos multilaterales entre naciones, bajo convenios comerciales con fines de intercambio comercial, financiero y tecnológico para la integración de grandes mercados.

Así, los países han venido cediendo parte de su independencia económica en el afán de provocar panoramas más atractivos para los grandes capitales.

Hoy más que nunca queda de manifiesto que el capital no tiene patria y únicamente le interesa permanecer en aquellos países que le aseguren las mayores ganancias.

En el contexto actual, todos los países están obligados a relacionarse unos con otros, son interdependientes en una economía global en la que ninguna nación puede proclamarse como la dominante, puesto que no hay economías autosuficientes. En la actualidad, lo que pasa en cualquier lugar del mundo, afecta

al resto de las economías del planeta. "Tal es la razón de que se estén formando bloques económicos y suscribiéndose tratados de libre comercio. Vivimos en una economía en la que las ventajas relativas del pasado se están anulando y tienden a igualarse como resultado de la apertura comercial, es decir, los países han abierto sus fronteras, al tiempo que reducen sus aranceles de importación." ¹

Así tenemos el caso del mercado común europeo en el que se ha logrado unificar hasta la moneda, o bien el mercado de América del Norte entre nuestro país, Estados Unidos y Canadá que provee una gradual eliminación de aranceles para el intercambio de mercancías originarias.

Esta aceleración de los ritmos de apertura económica y de los intercambios de mercancías y servicios; la liberación de mercados de capitales que ha integrado las plazas financieras y las bolsas de valores de todo el mundo, así como la revolución de las comunicaciones y de la informática que han conectado el tiempo real con el espacio, vienen a formar parte de las principales causas de la globalización, situando a ésta como el marco de referencia económica de nuestra época.

La Globalización viene a ser el nuevo esquema económico que libera el intercambio de mercancías entre los países, reduciendo al máximo las tasas arancelarias, provocando con ello la conformación de grandes mercados extraterritoriales.

De esta manera se podría definir a la Globalización como "aquél proceso por el cual las economías nacionales se integran progresivamente en el marco de la economía internacional, de modo que su evolución dependerá cada vez más de los mercados internacionales y menos de las políticas gubernamentales."²

¹ Bancomext, "Guía Básica del Exportador", México, 1999, P. 22

² Joaquín Estefanía, "La Nueva Economía, la globalización," Edit. Limusa, México, 1999 P. 13

Este proceso genera algunas ventajas dentro de las cuales se puede señalar las siguientes:

- Una liberación importante de aranceles.
- Fortalecer relaciones comerciales entre naciones más favorecidas.
- Promueve el crecimiento de las economías.
- Permite el desarrollo de capitales.
- Impulso a la inversión.
- Dirimir argumentos a través de paneles de discusión.

Es frecuente leer y escuchar sobre la globalización y que México no puede permanecer ajeno a esa tendencia mundial de la economía y los mercados. La globalización parte de un hecho ineludible; vivimos en un mundo cuyos países y bloques son cada vez más interdependientes.

Nuestro país viene a ser un buen ejemplo de lo que representa la Globalización; el libre comercio es el paradigma actual y los gobiernos mexicanos desde 1983 la han adoptado como parte de su política económica, a través por ejemplo de la firma de importantes acuerdos comerciales, los cuales actualmente están tomando una importancia representativa en el marco del desarrollo económico del país.

Sin embargo es importante señalar " que firmar los Tratados de Libre Comercio con potencias económicas como E.U. Canadá y la Unión Europea, equivale a firmar un pacto para pelear con un peso completo, con reglas, pero en una confrontación desbalanceada con el peso paja que representa México en este ejemplo, y si además no hubo entrenamiento para adquirir velocidad y ponch, ni amarrándole una mano al peso completo se puede aspirar a ganar. En cambio con los países centroamericanos nosotros representamos el peso pesado y apenas están más o menos niveladas las fuerzas con Chile, Colombia y Venezuela, aunque con un poco de ventaja para México.

No obstante, en el umbral del siglo XXI la corriente dominante en el mundo, es el liberalismo comercial y en este sentido la política comercial de México sería muy difícil que prosperara si fuese proteccionista, pero si se debiese acompañar de un programa que apoyará efectivamente a las pequeñas y medianas empresas para que con asistencia técnica y financiamiento pudieran ser competitivas y se incorporaran directa o indirectamente al proceso de exportación. Adicionalmente se podrían establecer medidas de política monetaria para que la inversión extranjera "de cartera" se mantuviese de manera más estable en el país, penalizando con impuestos aquella que fuera retirada antes de un año."³

1.2. BALANZA DE PAGOS

Podemos entender en base a todo lo anterior que actualmente ningún país queda aislado del resto del mundo, y por ello se genera el nacimiento de relaciones comerciales y financieras tanto dentro como fuera de cada país, las cuales son fundamentales para el desarrollo de cualquier entidad, ya sea a nivel político, económico, tecnológico, cultural, financiero... etc.

Dichas relaciones constituyen un instrumento importante en la estrategia de crecimiento y modernización de un país y vienen a conformar lo que hoy por hoy se conoce como Comercio Exterior, el cual se podría definir como el conjunto de transacciones comerciales que realizan todos los países del mundo entre sí. Es importante señalar que una de las principales causas por las que nace este intercambio es por el requerimiento de satisfacer nuestras necesidades como país.

³ Flores Paredes, Joaquín, "El contexto del Comercio Exterior de México: retos y oportunidades en el mercado global," Edit. UNAM – FESC (Prensa), México, P. 37

Dada la importancia de tales relaciones, estas se deben cuantificar, y para ello cada país cuenta con su respectiva Balanza de Pagos, la cual va a permitir evaluar la situación económica de su sector externo.

La Balanza de Pagos es definida como: " un documento donde queda sintetizado el registro de las transacciones que realizan los residentes de un país con sus contrapartes en el resto del mundo en un periodo determinado, que es generalmente de un año."⁴

La estructura de la Balanza de Pagos está conformada por cuatro cuentas o balanzas principales:

a) Cuenta Corriente, se registran los ingresos y egresos en unidades monetarias por concepto de exportaciones e importaciones de mercancías y servicios.

b) Cuenta de Capital, se registran los ingresos en divisas o títulos de valor, que en éste caso significan importaciones de capital y los egresos que representan exportaciones de capital.

c) Errores y Omisiones, quedan registradas las diferencias originadas por transacciones clandestinas y fraudulentas que no son registradas en las aduanas.

d) Variación de la Reserva Internacional se registra la cantidad de reservas monetarias que aumentan o disminuyen en un año y que son manejadas por Banxico, en el caso de nuestro país.

A continuación se presenta la Balanza de Pagos de México de 1998 y 1999; donde se puede apreciar la variación que registran las diferentes cuentas.

⁴ Flores Paredes, Joaquín, "El contexto del Comercio Exterior de México: retos y oportunidades en el mercado global," Edit. UNAM – FESC (Prensa), México, P. 44

BALANZA DE PAGOS DE MÉXICO		
Millones de Dólares	1998	1999
Cuenta Corriente	15,726.40	(14,012.80)
INGRESOS	140,473.00	159,893.00
Exportación de Mercancías	117,459.60	136,703.40
Servicios No Factoriales	11,926.90	11,897.60
Turistas	6,037.60	5,869.40
Excursionistas	1,859.80	1,717.20
Otros	4,029.50	4,311.10
Servicios Factoriales	5,047.10	4,951.90
Intereses	4,034.30	4,149.30
Otros	1,012.80	802.70
Transferencias	6,039.50	6,340.10
EGRESOS	156,199.40	173,905.80
Importación de mercancías	125,373.10	142,063.80
Servicios No Factoriales	12,486.30	13,516.80
Fletes y Seguros	3,699.10	4,109.20
Turistas	2,060.60	1,946.10
Excursionistas	2,207.20	2,590.90
Otros	4,519.30	4,870.60
Servicios Factoriales	18,313.00	18,300.10
Intereses	12,481.90	12,977.00
Otros	5,831.10	5,323.20
Transferencias	27.10	25.10
CUENTA DE CAPITAL	17,464.50	14,141.80
PASIVOS	17,033.00	16,781.50
Endeudamientos	6,173.70	1,312.80
Banca de Desarrollo	(724.90)	(1,774.50)
Banca Comercial	(927.80)	(1,720.50)
Banca de México	(1,071.60)	(3,684.70)
Sector Público No Bancario	2,433.00	1,707.10
Sector Privado No Bancario	6,465.00	6,785.40
Inversión Extranjera Directa	11,310.70	11,568.10
Mercado Accionario	(665.60)	3,769.20
Mercado de Dinero	214.10	131.40
ACTIVOS	431.50	(2,639.70)
En Bancos del Exterior	155.40	(1,672.00)
Créditos del Exterior	329.80	425.00
Garantías en Deuda Externa	(768.70)	(835.80)
Otros	715.00	(556.90)
Errores y Omisiones	400.40	463.10
Variación de Reserva Internacionales Netas	2,136.90	593.60
Ajustes por Valoración	1.50	(1.40)

NOTA: La suma de los parciales puede no coincidir debido al redondeo.⁵

⁵ Banco de México, "Informe Anual 1999 del Banco de México", P. 209

Como se puede observar nuestro país se ha caracterizado por presentar un déficit persistente en nuestra cuenta corriente.

Para poder disminuir este saldo negativo, una de las posibles soluciones es incrementar nuestras exportaciones, por ello no hay que olvidar que las negociaciones comerciales internacionales de México son fundamentales en la promoción de éstas y constituyen un instrumento en la estrategia de crecimiento y modernización del país.

1.3. MÉXICO Y LA GLOBALIZACIÓN

Con el objeto de ampliar y diversificar los mercados de exportación, México está negociando importantes tratados comerciales con otros países. El 10 de mayo del 2000 por ejemplo, concluyeron las negociaciones del Tratado de Libre Comercio entre México y el Salvador, Guatemala y Honduras, el cual entró en vigor a partir del 1o. de enero del 2001, una vez que fue ratificado por los Congresos de cada país.

Con Uruguay, el 29 de diciembre de 1999, se concretó una profunda ampliación del Acuerdo de Complementación Económica, esto significa que más del 90% del comercio entre México y Uruguay, quedó libre de aranceles y se incorporaron además disciplinas sobre acceso, salvaguardas, normas sanitarias, normas técnicas, prácticas desleales, reglas de origen y solución de controversias. Ambos países están desarrollando sus procesos a fin de cumplir con sus disposiciones jurídicas para poner en vigor esta ampliación.

Con Perú, a partir del 26 de febrero del 2000, se acordó una ampliación del Acuerdo de Complementación Económica para incluir preferencias para algunos productos de interés de las partes, así como un mecanismo de solución de controversias.

Con Brasil se suscribió un Protocolo Adicional al Acuerdo de Alcance Parcial, para formalizar un entendimiento entre ambos países, en el sector automotor.

“ En general hasta 1998, se habían firmado Tratados de Libre Comercio con ocho países del continente americano, en el 2000 con quince países europeos a través del Tratado de Libre Comercio con la Unión Europea, también se firmó el TLC con Israel. Asimismo el gobierno mexicano estableció contactos para negociar nuevos tratados con otros países del Continente Americano. Adicionalmente participa en los foros de análisis para explorar las posibilidades de crear una zona de libre comercio que abarcaría todo el continente y otro en la zona del pacífico.

El primero de estos procesos de integración, entró en vigor en 1992 como Acuerdo de Complementación Económica con Chile en el marco de la Asociación Latinoamericana de Integración; (ALADI que en 1998 se transformó en Tratado de Libre Comercio) posteriormente vendría el Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN) en 1994; los Tratados con Colombia y Venezuela (G3) con Bolivia y Costa Rica que entraron en vigor en 1995 y con Nicaragua en 1998.”⁶

Es importante recordar que cuando se firma un Tratado de Libre Comercio, se pretende crear una zona comercial libre de restricciones arancelarias y no arancelarias entre dos o más países, para así ampliar el tamaño del mercado que cada uno de ellos representa.

“ El Tratado debe incluir una serie de previsiones y reglas para alcanzar el objetivo que se pretende, entre las más importantes se encuentran las siguientes:

⁶ Flores Paredes, Joaquín, “El contexto del Comercio Exterior de México: retos y oportunidades en el mercado global,” Edit. UNAM – FESC (Prensa), México, P. 52

PERIODO DE DESGRAVACIÓN ARANCELARIA, donde se señala qué productos no pagarán aranceles y durante qué plazos.

REGLAS DE ORIGEN, se define mediante un Certificado de Origen, las condiciones que deben cumplir los productos o mercancías para ser reconocidos como originarios del país y beneficiarse así de la liberalización comercial.

PRODUCTOS ESPECIALES, aquellos productos que se consideran en un régimen particular o son muy sensibles por la importancia estratégica que tiene para alguno o algunos socios firmantes y reciben un trato especial.

SERVICIOS, el propósito fundamental es proteger los derechos de los creadores de nuevas tecnologías, los intelectuales y los artistas.

COMPRAS DEL SECTOR PÚBLICO, se trata de evitar que en cada país el gobierno le dé preferencia a sus proveedores locales sobre el resto de los socios comerciales.

SALVAGUARDAS, define bajo qué condiciones, uno de los países miembros pueda suspender temporalmente la aplicación de la liberalización comercial."⁷

En el marco de la apertura comercial y de la globalización de los mercados, las empresas mexicanas han tenido que hacer frente a un entorno mundial de intensa competencia, derivada de la firma de dichos tratados y de los diversos obstáculos que cada país impone a la importación de mercancías para proteger su industria, a pesar de la mencionada apertura comercial.

1.4. EXPORTACIONES MEXICANAS A CHILE

La firma de importantes tratados comerciales aunado a la necesidad que tiene el país para incrementar sus exportaciones, forma parte del motivo por el cual en el presente trabajo se pretende mostrar un Plan de Negocios para la Exportación, en

⁷ Flores Paredes, Joaquín, "El contexto del Comercio Exterior de México: retos y oportunidades en el mercado global," Edit. UNAM – FESC (Prensa), México, P. 67

este caso se desarrollará un proyecto mediante el cual se logrará exportar triciclos de plástico a la República de Chile.

Hay que recordar que el tratado con Chile entró en vigor a partir de 1992, dando lugar a un proceso de liberación comercial entre ambos países, así como la desgravación porcentual de un grupo de productos bajo un calendario de 6 años. De esta forma se pretende aprovechar los beneficios que conlleva la globalización y los acuerdos comerciales firmados con dicho país.

"A continuación se presenta un recuadro que nos indica las exportaciones totales de México en millones de dólares que ha tenido con Chile, en los últimos cinco años.

CUADRO No.1 EXPORTACIONES DE MEXICO A CHILE (EN MILLONES DE DÓLARES.)

PAÍS	1996	1997	1998	1999	2000
CHILE	668.70	842.20	625.00	366.40	233.80

Como se puede apreciar, las exportaciones han venido disminuyendo de manera importante a este país.⁸ Por lo que se puede considerar importante y posible incrementar nuestras exportaciones a este lugar.

El triciclo que se pretende exportar es un juguete elaborado de un plástico muy duradero y resistente y es confeccionado con algunas materias primas importadas, no es tóxico; y es para niños y/o niñas de 2 a 5 años de edad, de color rojo con amarillo, y con una medida de 79 x 50 x 48 cm. y la parte trasera cuenta con una pequeña cajuela.

⁸ <http://www.secofi-snci.gob.mx>

“ Este producto va dirigido al mercado chileno, de manera particular al sector de la población de ingresos medios y altos. Se pretende enviar el artículo a Santiago de Chile, ya que dentro de esta área se encuentra una importante población de nivel económico que se menciona anteriormente.

Además de que la población infantil en esta zona es bastante numerosa, sobre todo de 2 a 5 años de edad, que es el mercado que nos interesa, para vender el producto.

Exportar este artículo a Chile, puede resultar rentable, ya que actualmente los comerciantes chilenos, sí desean importarlo de Estados Unidos, (que es el otro país que lo fabrica), le resulta mucho más caro debido a que:

- El costo de la mano de obra de E.U. contra la de México es significativamente más elevado.

- La materia prima por ende también resulta más cara. Aunque México también importa algunas materias primas para la elaboración de este juguete, los costos bajo los cuales los obtiene son más económicos, debido a la relación de México con Estados Unidos, además de que cuenta con importantes programas de apoyo que el gobierno federal ofrece como parte de la estrategia para el impulso de las exportaciones, como por ejemplo podríamos citar el PITEX, ALTEX, ECEX, entre otros.”⁹

- Los fletes de E.U. - México, México - Chile o bien E.U. - Chile resulta más caro que el flete de México - Chile, así como el seguro del mismo. Hay que recordar que al momento de exportar, uno de los factores más costosos es la logística que conlleva este proceso.

⁹ Elizalde, Ma. Fernanda, “Estudio para la exportación a Chile del 4373”, México, 1999 P. 7

En términos generales fabricar este producto en Estados Unidos, puede resultar más caro que fabricarlo en México y sin que esto afecte la alta calidad con la que cuenta dicho producto.

Probablemente resulta rentable exportar a Chile ya que es un país con una numerosa población infantil, además de que el poder de compra de la gente de éste país no les permite la adquisición de juguetes más sofisticados ya que por su naturaleza son más costosos, lo que permite ser un mercado posible de explotar exitosamente.

CAPÍTULO 2 PROCEDIMIENTOS ADMINISTRATIVOS Y MARCO JURÍDICO

2.1. REGLAS DE ORIGEN

Actualmente en México, existe la necesidad de crecer de manera importante en el ámbito de las exportaciones. Para ello, hoy en día no se requiere de muchos trámites y autorizaciones para llevarlo a cabo, sin embargo, es importante conocer los procedimientos y regulaciones a los que se está sujeto para poder llegar exitosamente a la conclusión de dichas exportaciones, en este caso en específico lo relacionado a la exportación de un triciclo de plástico hacia Chile.

Las Reglas de Origen, se definen como los requisitos mínimos de fabricación, contenido o elaboración que debe cumplir un producto para ser considerado como originario de la región. Estas reglas establecen cuales mercancías califican como originarias y excluye a los bienes de otros países de las preferencias arancelarias.

Para que un bien se pueda considerar como originario de territorio según el Art. 401 del Código de Valoración Aduanera del Acuerdo General de Aranceles y Comercio (GATT) se requiere que:

El bien sea totalmente obtenido o producido en el territorio de una o más de las partes o países.

Cada uno de los materiales no originarios que se utilicen en la producción del bien sufra un cambio.

El bien se produzca totalmente en territorio de una o más de las partes, exclusivamente a partir de materiales originarios de la región.

El bien se produzca completamente en territorio de una o más de las partes.

En el tratado de libre comercio con Chile en su capítulo 4, se hace referencia a las Reglas de Origen y en su partida 3, señala cuándo un bien será originario del territorio de una o ambas partes.

A) Sea obtenido en su totalidad o producido enteramente en territorio de una o ambas partes.

B) Sea producido en el territorio de una o ambas partes a partir exclusivamente de materiales que califican como originarios.

C) Sea producido en el territorio de una o ambas partes a partir de materiales no originarios que cumplan con un cambio de clasificación arancelaria y otros requisitos.

D) Sea producido en el territorio de una o ambas partes a partir de materiales no originarios que cumplan con un cambio de clasificación arancelaria y otros requisitos, y el bien cumpla con un valor de contenido regional.

E) Sea producido en el territorio de una o ambas partes y cumpla con un valor de contenido regional.

F) Excepto para los bienes comprendidos en los capítulos 61 al 63 del Sistema Armonizado, el bien sea producido en el territorio de una o ambas partes, pero uno o más de los materiales no originarios utilizados en la producción del bien no cumplan con un cambio de clasificación arancelaria debido a que:

i) el bien se ha importado a territorio de una parte sin ensamblar o desensamblado, pero se ha clasificado como un bien ensamblado de conformidad con la regla 2(a) de las Reglas Generales de Interpretación del Sistema Armonizado, o

ii) la partida para el bien sea la misma tanto para el bien como para sus partes y los describa específicamente y esa partida no se divida en subpartidas o la subpartida sea la misma tanto para el bien como para sus partes y los describa específicamente, siempre que el valor de contenido regional del bien, determinado

no sea inferior al 50 por ciento cuando se utilice el método de valor de transacción o al 40 por ciento cuando se utilice el método de costo neto.

El método de valor de transacción y el método de costo neto que se citan anteriormente, son métodos para determinar el valor de contenido regional de una mercancía, y vienen señalados en el Art. 402 del Código de Valoración Aduanera.

En el tratado comercial México-Chile, en su artículo 4-04, nos habla de que:
Cada parte dispondrá que el valor de contenido regional de un bien se calcule, a elección del exportador del productor del bien, de acuerdo con el método de valor de transacción o con el método de costo neto.

Para calcular el valor de contenido regional por el método de transacción se utiliza la siguiente fórmula:

$$VCR = \frac{VT - VMN}{VT} \times 100$$

donde:

VCR = Valor de Contenido Regional expresado en porcentaje

VT = Es el Valor de Transacción del bien

VMN = Es el valor de los materiales no originarios utilizados por el productor en la fabricación de un bien.

Para calcularlo por el método de costo neto se utiliza la siguiente fórmula:

$$VCR = \frac{CN - VMN}{CN} \times 100$$

donde:

VCR = Es el Valor de Contenido Regional expresado en porcentaje

VT = Es el Costo Neto del bien

VMN = Es el valor de los materiales no originarios utilizados por el productor en la fabricación de la mercancía.

En el primer método el exportador puede considerar como originarios los gastos de promoción, venta y otros, así como las utilidades obtenidas por la venta, y en el segundo método tales gastos no se consideran como originarios.

Sin embargo, para que un exportador mexicano demuestre que su producto es originario de la región necesita de un **certificado de origen**, en el cual se va a señalar las características con las que un producto califica como originario de la región.

El Certificado de Origen se define como un formato oficial mediante el cual el exportador de un bien o una autoridad certifica que este es originario de la región por haber cumplido con las reglas de origen establecidas. Este documento se exige en el país de destino con objeto de determinar el origen de las mercancías, a fin de obtener los beneficios arancelarios negociados u obtenidos a través de un TLC, etc. o para determinar la aplicación o no de cuotas compensatorias

Hasta hace poco el certificado de origen por lo general acompañaba a cada embarque. Sin embargo, a raíz de los tratados comerciales que México ha firmado recientemente, este mecanismo se ha modificado, por lo que actualmente un certificado de origen puede amparar varias operaciones y ser válido hasta por un año. En cada tratado o acuerdo de comercio se considera el uso del certificado de origen, lo que permitirá que el empresario mexicano goce de preferencias arancelarias en los mercados de destino.

En el marco del Tratado de Montevideo (1980) México y Chile celebraron un Acuerdo de Complementación Económica, el cual se firmó el 22 de septiembre de 1991 y entro en vigor el 1 de enero de 1992. El objetivo es intensificar las relaciones económicas y comerciales mediante la eliminación total de gravámenes y restricciones a las importaciones originarias de las partes.

El programa de desgravación fijó como objetivo consolidar un gravamen máximo común de 10% ad valorem al 1 de enero de 1992, aplicable a las importaciones de productos originarios de ambos países.

A partir de este arancel base de 10%, se estableció un calendario de desgravación para la mayor parte de los productos, de la forma siguiente:

CUADRO No.2 CALENCARIO DE DESGRAVACIÓN, TLC. MÉXICO-CHILE, 1992

FECHA	GRAVAMEN MÁXIMO COMÚN
	%
1o de enero de 1992	10
1o de enero de 1993	7.5
1o de enero de 1994	5
1o de enero de 1995	2.5
1o de enero de 1996	0

Fuente: Bancomext, "Guía Básica del Exportador", México, 1999, P- 115

El certificado de origen, en este caso es muy sencillo y es el mismo para los dos países y el exportador lo debe llenar y firmar, asimismo no requiere validación oficial de alguna autoridad del país de origen. (Ver anexo 1)

2.2. REGULACIONES ARANCELARIAS Y NO ARANCELARIAS

2.2.1. REGULACIONES ARANCELARIAS

Se iniciará esta parte definiendo en primer término qué se entiende por arancel. La Guía Básica del Exportador, emitida por Bancomext lo define como: un impuesto que se aplica en el comercio exterior para agregar valor al precio de las mercancías en el mercado receptor. Se gravan las mercancías que se importan a

fin de proteger a las similares que se fabriquen en el país. Por su parte, los aranceles a la exportación, aunque se establecen en casos excepcionales, tienen igual finalidad protectora, pero en este caso la contribución disminuye el ingreso real del comerciante con el objetivo de asegurar el abastecimiento del mercado nacional.

De acuerdo a la Ley de Comercio Exterior de México en su Artículo 12, señala la existencia de tres clases de aranceles:

Ad Valorem: Se expresa en términos porcentuales y se aplica sobre el valor en aduana de la mercancía, este impuesto se calcula con base en el valor de la factura, el cual debe determinarse conforme a las normas internacionales previstas en el art. VII del Acuerdo de la Organización Mundial de Comercio, (OMC).

Específico: Es una cantidad fija de dinero por unidad física del bien importado o exportado, (USD 5.00 por mts de tela...)

Mixto o Compuesto: Es una combinación de los dos anteriores, por ejemplo 5% de Ad Valorem más USD \$ 1.20 dólares por metro cuadrado de tela de casimir.

Cuota: Es aquel arancel que grava el excedente de importación sobre la cuota autorizada (cantidad de importación libre de arancel).

Estacional: Es poco frecuente y se aplica en ciertas épocas del año, así como a determinados productos.

Los países pueden otorgar diversos tratamientos arancelarios en función del origen de la mercancía que llega a sus aduanas. Por ello, sus tarifas de importación pueden constar hasta de tres columnas.

La primera identifica al arancel general que aplica a todos los países miembros de la OMC, que generalmente es el tratamiento de nación más favorecida o arancel general.

La segunda corresponde al arancel aplicable a mercancías originarias de países a los que se concede trato preferencial (arancel inferior al general o exención del mismo) como resultado de un convenio comercial.

En la tercera se pueden encontrar los aranceles a las mercancías de países a los que se ha impuesto una sanción o castigo económico, por lo que su arancel es superior al general. Es el llamado "trato diferencial".

Las mercancías, al pasar por la aduana están sujetas a inspección a fin de definir su situación arancelaria, así como el arancel que les corresponde (general, preferencial o exención).

Las mercancías que se integran al flujo del comercio internacional se clasifican con base en el Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías, el cual ha adoptado la mayoría de los países.

La clasificación arancelaria de las mercancías es un tema muy importante dentro de los sistemas de control de comercio exterior dado que:

- Permite efectuar estadísticas y controles homólogos para la mayoría de los países en el mundo, ya que la clasificación de un producto en México, por ejemplo, será la misma que se aplicará en países que también utilizan el Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías.

- Permite tener un mismo identificador común en el mundo, a manera de nombre común para todos, en todas partes sin importar el idioma.

- Facilita el estudio del comercio exterior, ya que por medio de la fracción arancelaria se puede determinar cuánto se importa y se exporta de un producto.

Dicho sistema consta de 21 secciones, 97 capítulos (primeros dos dígitos) y 1,242 partidas (siguientes dos dígitos), adicionalmente casi todas las partidas se subdividen en dos o más subpartidas de dos dígitos las cuales suman 5,019

Para el caso de los triciclos que se desean exportar la clasificación arancelaria que le corresponde de acuerdo a este sistema sería la siguiente:

CUADRO No. 3 FRACCIÓN ARANCELARIA, SISTEMA ARMONIZADO DE DESIGNACIÓN Y CODIFICACIÓN DE MERCANCIAS

CAPÍTULO:	95	Juguetes, juegos y artículos para recreo o para deportes; en sus partes y accesorios
PARTIDA:	9501	Juguetes de ruedas concebidos para que se monten los niños (por ejemplo: triciclos, patinetas, monopatines, coches de pedal); coches y sillas de ruedas para muñecos o muñecas
SUBPARTIDA:	950100	Juguetes de ruedas concebidos para que se monten los niños (por ejemplo: triciclos, patinetas, monopatines, coches de pedal); coches y sillas de ruedas para muñecos y muñecas

Fuente: <http://www.rkze.com/regula/normas>

Partiendo de nuestra clasificación arancelaria y tomando en cuenta el calendario de desgravación de acuerdo al TLC con Chile, el producto que se desea exportar queda exento del pago de aranceles en el mercado Chileno, con excepción del IVA, ya que todas las mercancías a su importación a Chile gravan un 18% calculado sobre el valor del producto.

2.2.2. REGULACIONES NO ARANCELARIAS

Estas se comportan como restricciones o barreras que impiden un libre flujo de mercancías entre los países, en muchos casos no son muy transparentes y por ende no son fáciles de interpretar, además de que pueden ser modificadas en tiempos muy cortos. "Pueden ser cuantitativas y cualitativas. Dentro de las primeras se podrían citar como ejemplos: cuotas, permisos de importación o exportación; que permiten una determinada cantidad de importación de algún bien por año, pero no especifica de que país debe provenir el producto. Respecto a los precios oficiales; estos limitan a no poder vender un producto al consumidor final a un precio inferior o superior al establecido. Ante la sospecha de que se esté practicando el dumping, que es una práctica desleal de comercio, la autoridad del país en cuestión puede imponer impuestos antidumping, y en forma similar, cuando se presume que las exportaciones están siendo subsidiadas para mejorar su nivel de competitividad, el país importador puede aplicar impuestos compensatorios.

Dentro de las regulaciones cualitativas se encuentran las normas sanitarias, fitosanitarias y zoonosanitarias; son establecidas con el fin de proteger la vida y salud humana frente a ciertos riesgos que no existen en su territorio. Las normas técnicas; se refieren a las características y propiedades técnicas que debe tener una mercancía en un mercado específico. Mientras tanto las regulaciones ecológicas; se refieren a la protección del medio ambiente."¹⁰

Otra regulación no arancelaria es la de etiquetado ya que inciden en todas las mercancías que se importan o exportan. Algunos datos que se pueden incluir en tal etiquetado son: nombre comercial del producto, nombre y dirección del productor, exportador, importador, distribuidor, país de origen, registro ante la autoridad competente, peso neto, cantidad del producto, volumen, instrucciones de uso y de almacenamiento, fecha de producción, caducidad o durabilidad mínima y lote, éstos datos deben presentarse en el idioma del país importador.

¹⁰ Flores Paredes, Joaquín, "El contexto del Comercio Exterior de México: retos y oportunidades en el mercado global," Edit. UNAM – FESC (Prensa), México, P. 69

El envase y el embalaje tiene como fin proteger a los productos durante las etapas de transportación y almacenaje, para que estos lleguen en óptimas condiciones al consumidor final.

Las regulaciones de toxicidad se establecen para aquellos productos en cuya elaboración se incorporan insumos peligrosos o dañinos para la salud humana, como ejemplo se encuentran los derivados del petróleo, plomo, bario, selenio y cromo. Los productos a que se aplican estas normas no arancelarias son: materiales de arte, productos de plastilina y crayón, juguetes y juegos didácticos.

Actualmente las regulaciones de etiquetado y embalaje, se aplican a los triciclos que deseamos exportar, pero no hay que olvidar que se podría estar sujeto a las regulaciones de toxicidad, debido a la naturaleza de las regulaciones no arancelarias (pueden ser modificadas en corto tiempo).

Sin embargo, es importante hacer mención acerca de la tramitación de un documento denominado informe de importación.

El importador nacional (en este caso el cliente chileno) tramita a través de su banco comercial el informe de importación, documento a través del cual proporciona al Banco Central de Chile los antecedentes relacionados a una determinada operación de importación.

Será necesaria la presentación de éste en mercancías cuyos embarques excedan a \$ 3,000 USD, FOB (Free on Board o libre abordó). Sin embargo, al momento del embarque no será necesario la presentación previa del referido documento en operaciones de hasta \$ 100,000 USD.

El importador deberá completar el informe y presentarlo a su banco comercial para que por medio de éste sea aprobado por el Banco Central de Chile. El mencionado informe se considerará aprobado cuando el Banco Central lo numere

y lo fecha. Desde esta fecha el importador contará con 120 días para proceder al embarque de la operación.

El plazo normal de entrega del informe es de aproximadamente de 3 a 5 días desde su presentación. Una vez aprobado el informe de Importación el banco comercial entrega al importador para que continúe con el trámite de importación.

Con el objeto de ejercer la función fiscalizadora a que se refiere el Artículo 45 de la Ley Orgánica Constitucional, el Banco Central de Chile, exigirá que el importador antes de la realización del correspondiente embarque, le presente el referido informe de importación. En este documento, el importador deberá indicar todos los datos de la compra que ha realizado en el exterior.

Una vez revisada la operación conforme a los datos contenidos en el documento, el Banco Central de Chile, procede a emitir el informe de importación, lo que se cumple en el momento en que el instituto emisor fecha, numera y firma del documento.

Los informes podrán ser presentados por una persona natural o jurídica, por una o más personas naturales o jurídicas, o por ésta o aquella conjuntamente. Los informes de que tome conocimiento el Banco Central de Chile se cursarán mediante su numeración y fecha restituyéndose a un interesado las copias pertinentes.

Los informes cursados son intransferibles, la modificación a los datos consignados en el informe se realizarán a través del documento denominado informe de importación complementario. Se permitirán variaciones respecto al volumen y/o valores declarados en el informe de importación, siempre que se cumplan las siguientes condiciones:

“- Que el aumento del volumen o cantidad de mercancía consignada bajo una misma clasificación arancelaria, no excedan de un 10% de lo declarado en el informe.

- Que el aumento del valor total indicado en el informe de importación no exceda un 10 %.

- Cuando se produzcan aumentos sobre las tolerancias antes señaladas el informe de importación complementario deberá amparar el total del monto excedido sobre el valor consignado en el correspondiente informe de importación.

- El cambio de nombre del importador y el cambio de mercancía con cambio de clasificación arancelaria requerirán de la presentación de un nuevo informe de importación. Asimismo, será necesaria la presentación de un nuevo informe de importación cuando el embarque de las mercancías no pueda ser realizado dentro del plazo de validez señalado en el informe de importación.”¹¹

El informe caducará si la mercancía no es embarcada dentro del plazo de 120 días, contado desde la fecha que éste fuere cursado.

Los informes de importación complementarios que se presenten al Banco Central de Chile deberán acompañar el original del informe de importación que se modifica y de informes complementarios, si los hubiere, y confeccionarse en el mismo formulario y cantidad de ejemplares del informe.

No se requerirá la presentación del informe de importación de aquellos embarques de hasta \$ 3,000 USD, FOB. Asimismo, quedan exceptuadas de dicha presentación aquellas importaciones que no impliquen transferencias de divisas de ninguna especie al exterior, entre otras se pueden enumerar las siguientes:

- Obras artísticas ejecutadas en el extranjero por autores chilenos, planos, especificaciones, proyectos, folletos, animales domésticos que viajen acompañando al pasajero, donaciones, mercancías cuya importación se efectúe sin cobertura, etc.

- Estas operaciones de importación no tienen acceso al mercado cambiario formal de divisas.

¹¹ <http://www.prochile.cl>

2.3. DOCUMENTOS Y TRÁMITES ADUANEROS

A continuación se presenta un cuadro, donde se señalan los documentos utilizados generalmente en una exportación:

DOCUMENTO	EMISOR	OBSERVACIONES
Factura o documento que exprese el valor de las mercancías	Exportador	Preguntar al importador si debe contar con visa consular
Lista de empaque	Exportador	Sólo si es necesario desglosar el embarque
Documentos comprobatorios de regulaciones y restricciones no arancelarias	Autoridad correspondiente en país de origen y destino	Básicamente hay dos clases; cuantitativas: permisos de Importación y cualitativas: empaque, etiquetado
Pedimento	Agente aduanal/aduana	Es el documento fehaciente del despacho por la aduana; puede solicitar la proforma
Permisos de exportación o autorizaciones	Autoridad correspondiente	En México rara vez es requerido, consulte su fracción arancelaria

Carta de instrucciones o encomienda al agente aduanal	Exportador	Usualmente el agente aduanal tiene ya formatos indicativos
Documento del transporte	Compañía	Conforme al medio y modo: marítimo, aéreo, autotransporte, ferrocarril
Certificado de inspección	Compañía de inspección, entidades autorizadas	Usualmente es por requerimiento del importador
Certificado del seguro	Compañías aseguradoras	Conforme a cotización acordada, aunque se sugiere contar siempre con él
Certificado de origen	Autoridades, cámara correspondiente o exportador	Conforme objetivo del certificado y requerimiento del importador
Otros documentos	Conforme requerimientos	Hay una amplia variedad de documentos que se pueden requerir: contraste de metales preciosos, contenido de fibras, otros

Cabe señalar que estos documentos no son obligatorios en su totalidad, éstos dependerán del tipo de producto que se desee exportar, ya que algunos no serán necesarios.

Los trámites que debe cumplir el exportador se indican en la Ley del Impuesto General de Exportación (TIGE), así pues, se tiene que definir el tratamiento legal y arancelario para su mercancía sobre la base de la correcta clasificación de la fracción arancelaria.

Conforme a dicha fracción, para algunos productos se puede requerir:

- permiso de exportación
- cumplir con restricciones y regulaciones arancelarias
- otros trámites especiales, la mayor parte de los productos no requieren de estos trámites
- realizar trámites especiales: tratados comerciales, certificados de origen cuotas, prácticas desleales piezas arqueológicas, dictámenes de clasificación arancelaria, aspectos zoonosológicos, agrícolas, pesca, ecología, flora y fauna silvestre, armas, antigüedades y otras obras de arte; salud y productos básicos alimenticios.

2.4. PROGRAMAS E INSTITUCIONES DE APOYO AL COMERCIO EXTERIOR

En México, existen diversos mecanismos oficiales, que buscan promover y apoyar las actividades exportadoras de las empresas, así en los últimos años se pueden identificar algunos programas que impulsan éstas actividades a través de varias instituciones gubernamentales.

Dentro de los principales programas de apoyo a la exportación se encuentra; PITEX, ECEX, MAQUILA, ALTEX, FEMEX, DRAW BACK y PITEX SERVICIOS.

PITEX

Programa de Importación Temporal para Producir Artículos de Exportación (PITEX)

Este programa permite importar temporalmente diversos bienes para ser utilizados en la producción de artículos de exportación, sin que tenga que cubrir el pago del impuesto general de importación, del impuesto al valor agregado, y de las cuotas compensatorias, en su caso.

Dentro de los beneficiarios se encuentran las personas morales productoras de bienes no petroleros establecidos en el país que exporten directa o indirectamente y las empresas de comercio exterior (Ecex), con registro vigente expedido por la SE, mismas que podrán suscribir un programa PITEX en la modalidad de proyecto específico de exportación.

ECEX

Empresas de Comercio Exterior (ECEX), a través de este instrumento las empresas comercializadoras podrán acceder a los mercados internacionales con importantes facilidades administrativas y apoyos financieros de la banca de desarrollo. Los beneficiarios son las empresas que se dediquen a la comercialización de productos en el exterior y que obtengan su registro ECEX.

MAQUILA

El Programa de Maquila de Exportación, éste permitirá a los productores de mercancías destinadas a la exportación, importar temporalmente los bienes necesarios para ser utilizados en la transformación, elaboración y/o reparación de productos de exportación, sin que tenga que cubrir el pago de los impuestos de importación, del impuesto al valor agregado y, en su caso, de las cuotas compensatorias. Asimismo, para realizar aquellas actividades de servicio que tengan como finalidad la exportación a apoyar a ésta. Los beneficiarios, son las

personas morales residentes en el país, que cumplan con los requisitos previstos en el Decreto de Industria Maquiladora de Exportación, y dentro de sus beneficios, brinda a sus titulares la posibilidad de importar temporalmente libre de impuestos a la importación y del Impuesto al Valor Agregado, (IVA) los bienes a ser incorporados y utilizados en el proceso productivo de mercancías de exportación, o para la presentación de servicios en apoyo a la exportación.

ALTEX

Empresas Altamente Exportadoras (ALTEX), éste programa esta destinado a apoyar su operación, mediante facilidades administrativas y fiscales. Las personas físicas o morales establecidas en el país, productoras de mercancías no petroleras que demuestren exportaciones directas por un valor de dos millones de dólares o equivalentes al 40% de sus ventas totales, en el periodo de un año; las personas físicas o morales establecidas en el país productoras de mercancías no petroleras que demuestren exportaciones indirectas anuales equivalentes al 50% de sus ventas totales y las empresas de comercio exterior (ECEX) con registro vigente expedido por la SE, son los que resultan beneficiados con este programa.

FEMEX

Ferias Mexicanas de Exportación (FEMEX), a través de este instrumento de promoción se pretende fomentar la realización de ferias en el país, que promuevan la exportación de mercancías mexicanas a los mercados internacionales. Sus beneficiarios, son las personas físicas o morales organizadoras de ferias que se celebren en el país y que tengan como objetivo fundamental la promoción de exportaciones no petroleras y los constructores de recintos para exposición.

DRAW BACK

“ Devolución de Impuestos de Importación a los Exportadores (DRAW BACK), es un instrumento de promoción a las exportaciones, mediante el cual se reintegra al exportador el valor de los impuestos causados por la importación de materias primas, partes y componentes, empaques y envases, combustibles, lubricantes y otros materiales incorporados al producto exportado o por la importación de mercancías que se retoman al extranjero en el mismo estado en que fueron importadas. Los beneficiarios son las personas físicas o morales establecidas en el país que realicen directa o indirectamente exportaciones de mercancías y que incorporen a éstas, materias primas, partes y componentes, empaques y envases, combustibles, lubricantes y otros materiales de origen extranjero y las personas físicas o morales establecidas en el país que retomen al extranjero directa o indirectamente mercancías en el mismo estado en que fueron importadas.

PITEX SERVICIOS

Programa de importación temporal para servicios integrados a la exportación (PITEX SERVICIOS), es un instrumento de promoción a las exportaciones, mediante el cual se permite a las empresas prestadoras de servicios importar de manera temporal, maquinaria y equipo necesarios para desempeñar actividades asociadas directamente a la exportación. Los beneficiarios son empresas prestadoras de servicios constituidas como sociedades mercantiles conforme a las leyes mexicanas, que apoyen de manera directa al exportador de mercancías, y que realicen dentro del territorio nacional actividades de carga, descarga y estiba en puertos marítimos, ingeniería de procesos industriales, diseño de productos, empaques y envases; exploración, prospección e investigación, reparación de buques y contenedores o reparación de estructuras, tanques y calderas.”¹²

¹² <http://www.secofi-dgsce.mx>

Con el propósito de impulsar la exportación en el país, México cuenta con organizaciones gubernamentales que tienen como objetivo asesorar y apoyar a las empresas, en lo que a sus actividades exportadoras se refiere. Dentro de las principales instituciones que apoyan el comercio exterior se encuentran:

SECRETARÍA DE ECONOMÍA (ANTES SECOFI), a través de ésta se pueden realizar los trámites relacionados con la expedición de permisos de importación y exportación, autorizaciones para la devolución de impuestos de importación, visa y/o certificado de exportación, certificados de origen, denuncia de prácticas desleales, inscripción en el registro nacional de inversiones extranjeras.

SECRETARÍA DE HACIENDA Y CRÉDITO PÚBLICO (SHCP), donde se pueden obtener autorizaciones de impuestos y franquicias aduanales, autorización previa de regímenes temporales de importación y despachos a domicilio, así como lo relacionado a la normatividad en aduanas, modificación de artículos y aspectos relacionados con aduanas, clasificación de mercancías, impuestos, cambios de aduana o de régimen, ampliación de plazos y autorizaciones de importaciones o exportaciones, autorizaciones del R.F.C. para fines aduanales.

SECRETARÍA DE AGRICULTURA, GANADERÍA Y DESARROLLO RURAL (SAGAR), donde se puede obtener asesoría de exportación e importación de animales, control cuarentenario, autorización de exportación e importación de animales, guías sanitarias, expedición de certificados zoonosanitarios de importación para productos pecuarios: animales y subproductos.

SECRETARÍA DEL MEDIO AMBIENTE, RECURSOS NATURALES Y PESCA (SEMARNAP), quien otorga la autorización e importación de acuerdo a la quía pesquera, opinión de exportación, comercialización, industrialización y estudios económicos, registro de importadores y exportadores de la Cámara de la Industria Pesquera.

INSTITUTO NACIONAL DE ECOLOGÍA. Esta institución lleva el registro de unidades de producción *Sello Verde*, convenios internacionales de certificados, inspección de exportación de animales silvestres: productos y subproductos.

BANCOMEXT. Es el instrumento del Gobierno Mexicano cuya misión consiste en incrementar la competitividad de la empresas mexicanas, primordialmente las pequeñas y medianas, vinculadas directa e indirectamente con la exportación y/o la sustitución eficiente de importaciones, otorgando un apoyo integral a través de servicios de calidad en capacitación, información, asesoría, coordinación de proyectos y financiamiento.

Es importante señalar que existen más organismos, además de los citados, que asesoran y apoyan las operaciones de exportación, los cuales deben ser aprovechadas por nuestros empresarios mexicanos, para ejercer cada vez más la cultura de exportación, que el país actualmente necesita.

2.5. INCOTERMS

Los Términos de Comercio Internacional (INCOTERMS) tienen como objetivo principal facilitar las operaciones de comercio exterior y la integración del contrato de compraventa internacional o su equivalente. "Estos refieren derechos y obligaciones entre compradores y vendedores, señalando el lugar donde se entrega la mercancía.

Regula tres aspectos básicos relacionado con el lugar de entrega:

- ◆ Transferencia de riesgos entre comprador y vendedor.
- ◆ Costos a cuenta del comprador y vendedor
- ◆ Documentación."¹³

¹³ Flores Paredes, Joaquín, "El contexto del Comercio Exterior de México: retos y oportunidades en el mercado global," Edit. UNAM – FESC (Prensa), México, P. 62

Los INCOTERMS se clasifican por grupos y por tipo de transporte a utilizar. Por grupos, se conoce por la primera letra de las siglas del INCOTERMS que puede ser:

- E = Exit (en punto de salida u origen)
- F = Free (libre de flete principal)
- C = Cost (costo de flete principal incluido)
- D = Delivered (entrega en destino)

Los términos que inician con la letra E y F indican que la mercancía se entrega en el país de origen y los que inician con la letra C y D indican que el bien se entrega en el país de destino.

“ **EXW:** Ex Works (en punto de origen). Significa que el vendedor completa su obligación, cuando ha puesto la mercancía dentro de su establecimiento ya sea en su almacén, fábrica u oficina a disposición del comprador. Este acepta todos los riesgos y costos, incluyendo la contratación previa del medio de transporte, además de realizar el despacho aduanero de la exportación.

FAS: Free Along Side Ship (Libre a un costado del buque). Se considera que la obligación del vendedor termina cuando la mercancía es colocada a un costado del barco, sobre el muelle o en las lanchas de alijo en el puerto de embarque. En este caso, el comprador asume desde ese momento todos los costos y riesgos por pérdida o daño de la mercancía, así como los movimientos de carga y trámites para su exportación. Este término solo se emplea para transporte marítimo o fluvial.

FCA: Free Carrier (Transporte libre de porte). Este término señala que la responsabilidad del vendedor termina cuando entrega la mercancía tramitada para

su exportación al transportista que designe el comprador en el lugar convenido. Si el comprador no indica un punto preciso, el vendedor puede elegirlo, en cuyo caso la responsabilidad recae en el transportista. Generalmente el medio de transporte es terrestre o aéreo. El vendedor se encarga del despacho aduanal de exportación.

FOB: Free on Board (Libre a Bordo). Cuando la mercancía ha pasado la barandilla del barco en el puerto de embarque asignado, termina la obligación de entrega del exportador. A partir de ahí, el importador asume todos los costos y riesgos por pérdida o daño de la mercancía. El exportador entrega la mercancía a bordo del buque, este término requiere que el vendedor realice el despacho aduanal y los trámites de exportación; el medio de transporte que se emplea es el marítimo o fluvial.

CFR: Cost and Freight (Costo y Flete). Este término implica que el vendedor debe pagar los costos y el flete necesario para entregar las mercancías al puerto de destino convenido. Sin embargo, los riesgos de pérdida y daño y cualquier costo adicional después de que se entrega la mercancía a bordo del barco, las asume el importador. El comprador paga el transporte y contrata el seguro a su nombre; el exportador debe realizar los trámites de despacho de exportación y el medio de transporte más usual es el marítimo y fluvial.

CIF: Cost, Insurance and Freight (costo, seguro y flete). En este término el exportador tiene las mismas obligaciones que el CFR, pero además está obligado a proporcionar el seguro marítimo a cargo y riesgo del comprador en caso de pérdida o daño de la mercancía durante el traslado. El exportador envía la mercancía hasta el puerto de destino, contrata, paga el flete y el seguro que está a nombre del comprador.

CPT: Carriage Paid to (flete pagado hasta..). En este término el pago del flete de transporte de la mercancía al lugar asignado corre a cargo del exportador. El

riesgo de pérdida o daño, así como cualquier costo adicional por contingencia posterior a la entrega al transportista, la asume el importador. El exportador entrega la mercancía en el mercado de destino, este término requiere que el vendedor efectúe el despacho aduanal de exportación. Puede emplearse cualquier medio de transporte.

CIP: Carriage and Insurance Paid to (flete y seguro pagado hasta..). El vendedor tiene las mismas obligaciones que el término CPT, pero además de proporcionar el seguro de transporte que ampare el riesgo o daño por transportación de la mercancía. El exportador contrata el seguro y paga la prima que corresponda. El vendedor realiza los trámites de exportación y se aplica a cualquier medio de transporte.

DAT: Delivered at Frontier (entregado en frontera). Significa que el vendedor cumple sus obligaciones cuando la mercancía está disponible y se ha tramitado su exportación, este término se aplica cuando la mercancía se transporta por ferrocarril o carretera, el vendedor entrega la mercancía en la frontera y realiza el despacho aduanal de exportación, pero no el de importación. Los costos de maniobra se cargan a las partes, según corresponda.

DES: Delivered Ex-ship (entregado sobre el buque). El vendedor cumple su compromiso cuando la mercancía está a disposición del comprador a bordo del barco, sin que haya efectuado trámite de importación en el puerto asignado. El vendedor asume el costo y riesgo por llevar la mercancía al mercado de destino. El término se usa principalmente para transporte marítimo o fluvial.

DEQ: Delivered Ex-Quay duty paid (entregado en el muelle, derechos pagados). El exportador cumple con su responsabilidad, cuando pone a disposición del importador la mercancía en el muelle del puerto convenido y ha efectuado los trámites de importación requeridos. Por tanto debe asumir todos los costos, que incluye aranceles, impuestos y otros cargos de entrega. El término no se aplica si

el exportador no obtiene el permiso de importación. Si las partes convienen que el comprador haga los trámites de importación y pague el arancel, debe usarse la leyenda impuesto sin pagar. El término sólo se usa en transporte marítimo o fluvial.

DDU: Delivered Duty Unpaid (entregado impuestos sin pagar). La obligación del vendedor termina cuando la mercancía está a disposición del comprador en el lugar convenido del país importador. El vendedor asume todos los costos y riesgos que se originen por el traslado del bien hasta ese lugar. El importador sufraga cualquier gasto adicional y asume el riesgo si no retira a tiempo la mercancía de la aduana. Si las partes acuerdan que los trámites aduanales y los costos inherentes los asume el vendedor, debe especificarse. Por tanto el vendedor asume el riesgo hasta el punto de destino y los costos de los trámites aduanales de importación.

DDP: Delivered Duty Paid (entregado con impuesto pagado). Significa que el vendedor pone a disposición la mercancía en el lugar asignado del país importador. En este caso el exportador asume todos los costos y riesgos, incluyendo el pago de impuestos y aranceles, y otros gastos inherentes a la entrega. En ese momento el vendedor ha cumplido y termina su obligación".¹⁴

Dado lo anterior es importante señalar que al iniciar el ciclo de exportación, se debe delimitar adecuadamente el INCOTERMS a utilizar, ya que éste establecerá los derechos y obligaciones que tendrán cada una de las partes en la realización de tal operación.

¹⁴ Flores Paredes, Joaquín, "El contexto del Comercio Exterior de México: retos y oportunidades en el mercado global," Edit. UNAM – FESC (Prensa), México, P. 65

CAPÍTULO 3 ANÁLISIS ESTRATÉGICO DE LA EMPRESA CON PERFIL EXPORTADOR

3.1. ASPECTOS DEL PROCESO PRODUCTIVO

Es de suma importancia que una empresa, realice un análisis detallado de su situación actual, para poder identificarse como una organización con potencial exportador.

Como se ha mencionado en los capítulos anteriores, México necesita promoverse en el campo de las exportaciones; actualmente las empresas se encuentran interesadas en llevar acabo dichas actividades, sin embargo, esto no se debe sólo improvisar, lejos de ello deben contar con una estrategia exportadora, es decir, **con un análisis estratégico de su empresa.**

Debe revisar diferentes aspectos como lo es su proceso productivo, un análisis financiero, un análisis de sus fortalezas, oportunidades, debilidades, amenazas (FODAS), de su estructura administrativa, así como la dimensión de su potencial exportador.

Es importante tomar en cuenta que el proceso de una empresa desde el punto de vista de su producción debe contar con un programa de dicha producción, el cual indique el volumen probable a lograr por el proyecto para cada uno de los años de funcionamiento y por toda la vida útil esperada del mismo. Para la elaboración de tal programa, es conveniente no caer en " la subestimación de los costos de inversión inicial causada por una mala estimación de los costos de transporte y montaje de las maquinarias y equipos y por la subestimación del tiempo necesario para la ejecución del proyecto; cuando el tiempo de ejecución se prolonga más de lo estimado, casi siempre es debido a la falta de coordinación de las diferentes

etapas, aumentan los montos de ciertos rubros como mano de obra, almacenaje, etc., que en los proyectos que se incorporarán maquinarias y/o equipos importados son muy significativos.

Así, también no es recomendable ser muy optimista del nivel de producción a alcanzar en los primeros ejercicios; se debe estimar siempre niveles de producción más bien bajos para los primeros años, y gradualmente incrementarlos hasta llegar a la producción deseada. Tampoco es conveniente considerar la reposición de máquinas y equipos y simultáneamente estar previendo la amortización de los mismos, ya que estaríamos frente a una duplicación, debiendo prever la amortización o la reposición, la amortización es un fondo de reserva para la reposición de los equipos y maquinarias al momento de su obsolescencia. "15

El cálculo de los costos de producción se realiza según criterios preestablecidos y paso a paso para los diversos rubros ordenados de acuerdo con los factores generadores del costo en sí.

"El criterio aplicado es, por regla general, el de un costo estándar, ya que se determinan antes de que se lleve a cabo el proceso que los motiva y se calculan sobre la base de métodos preestablecidos y eficientes de producción, conocidos por casos similares o técnicos cuyo desarrollo teórico ha sido definido en la ingeniería del proyecto.

A continuación se describe un ordenamiento de los costos a título informativo, destacando que cada proyecto, de acuerdo a su propia idiosincrasia, tendrá su estructura de costos. "16

¹⁵ Herrera Bonilla Manuel, "Herramientas Creativas en el Negocio: Diagnóstico", Edit. Grijalvo, México, 1999 P. 125

¹⁶ *Ibidem* P. 132

Insumos

Materias primas

Combustibles

Electricidad

Agua

Suministros

Mano de Obra

Personal directivo

Personal técnico

Personal obrero

Personal contratado

Recursos Naturales

Alquiler de tierras

Yacimientos

Amortizaciones

De equipos

De maquinarias

De rodados

De edificios

De instalaciones

Otros

Transporte y manipuleo

Mantenimiento

Servicios de terceros

Patentes y regalías

La forma operativa de cálculo de costos debe en primer lugar, establecer los estándares de producción, o sea cuantificar las cantidades físicas fijas y/o variables de los distintos rubros que se emplean para lograr una determinada producción. Luego de ello, deberá buscarse el precio unitario de cada rubro para

que finalmente, multiplicando las cantidades requeridas por su precio, se obtengan los valores de costo de cada artículo.

La obtención de costos medios permiten que al multiplicar por las cantidades producidas, se obtenga el costo total para cada nivel de producción. A través de la comparación del precio de una unidad producida con su costo variable medio, se obtiene por diferencia el margen de contribución, que ayudará a decidir sobre producir o no un determinado artículo y, en el extremo, para descontinuar su producción.

En ciertos proyectos de exportación pueden producirse distintos tipos de bienes, diferenciados por sus características, por sus precios y/o por sus costos unitarios. En este caso la variación en las cantidades producidas puede ocurrir con alteraciones en la composición de esa producción; por ejemplo, aumentar la producción, de un bien manteniendo o disminuyendo los demás.

El conocimiento de los márgenes de contribución, es también un instrumento para las decisiones sobre la composición ideal de la producción. Si no existen otros factores con mayor peso en las decisiones, se deberá aumentar la producción de aquéllos bienes con mayor margen de contribución.

3.2. ANÁLISIS FINANCIERO

Es de suma importancia conocer los elementos y la información necesaria para llevar a cabo un análisis financiero, lo cual no resulta sencillo, sin embargo, existen métodos y/o técnicas que contribuyen a la elaboración de un completo análisis económico.

El análisis de las tasas o razones financieras es el método que no toma en cuenta el valor del dinero a través del tiempo. Los cuatro tipos básicos de razones son:

Razones de liquidez, que miden la capacidad de la empresa para cumplir con sus obligaciones (pagos) a corto plazo.

$$\text{Razón Circulante} = \frac{\text{Activo Circulante}}{\text{Pasivo Circulante}}$$

$$\text{Tasa de la prueba del ácido} = \frac{\text{Activo Circulante} - \text{Inventario}}{\text{Pasivo Circulante}}$$

Tasas de apalancamiento, miden el grado en que la empresa se ha financiado por medio de la deuda

$$\text{Tasa de Deuda} = \frac{\text{Deuda Total}}{\text{Activo Total}}$$

$$\text{Número de veces que se gana el interés} = \frac{\text{Ingreso Bruto}}{\text{Cargos de Interés}}$$

Tasas de actividad, este tipo de tasas no se puede aplicar en la evaluación de un proyecto, ya que, como su nombre lo indica, mide la efectividad de la actividad empresarial y cuando se realiza el estudio, no existe tal actividad. A pesar de esto, y aunque no se calculen, se pueden dar las pautas a seguir.

$$\text{Rotación de Inventarios} = \frac{\text{Ventas}}{\text{Inventarios}}$$

$$\text{Periodo Promedio de Recolección} = \frac{\text{Ctas x cobrar}}{\text{Vtas por día}} = \frac{\text{Ctas por cobrar}}{\text{Vtas anuales/365}}$$

$$\text{Rotación de Activos Totales} = \frac{\text{Ventas Anuales}}{\text{Activos Totales}}$$

Tasas de Rentabilidad, es el resultado neto de un gran número de políticas y decisiones, en realidad, las tasas de este tipo revelan qué tan efectivamente se administra una empresa.

Por ejemplo los indicadores de rentabilidad, como:

Valor Presente Neto (VPN), es la suma de los flujos futuros de una inversión, deflactados por una tasa de rendimiento.

$$VPN = \frac{f}{(1+i)^t}$$

donde:

F = flujos que estimamos serán generados por nuestra inversión en el periodo t

n = número de periodos que dura el proyecto

i = tasa de interés o costo de capital

t = subíndice de tiempo

Ventajas: toma en cuenta el valor del dinero en el tiempo y su cálculo involucra todos los flujos de efectivo generados durante la vida del proyecto.

Desventajas: que requiere la estimación de una tasa de descuento real y se basa en supuestos que pocas veces se cumplen: 1) la existencia de un mercado de capitales perfecto 2) independencia entre proyectos.

Tasa Interna de Rendimiento (TIR). Es la tasa de descuento que hace que el valor presente neto sea igual a cero.

$$VPN = \frac{F}{(1 + TIR)^t} = 0$$

donde:

F = flujos que estimamos serán generados por nuestra inversión en el periodo t

n = número de periodos que dura el proyecto

t = subíndice de tiempo

Ventajas: que toma en cuenta el valor del dinero en el tiempo y no requiere la estimación de una tasa de descuento, ya que el método la produce.

Desventajas: que no es sensible a variaciones en el monto de la inversión inicial y puede tener varios valores para un mismo proyecto. La TIR es un porcentaje que no es comparable entre proyectos.

El más aceptado de estos métodos, aunque no necesariamente el más usado, es VPN. La TIR se usa normalmente como complemento del VPN, no como alternativa.

El presupuesto de egresos de operación, se obtiene de los pronósticos de producción de ventas, calculando para estos los costos variables. A estos últimos se les suman los costos fijos, los de financiamiento y los cargos por depreciación y amortización, obteniendo así el presupuesto de egresos totales de operación antes de impuestos. Si este total se divide entre el volumen de producción, obtendremos el costo unitario de producción.

Los flujos de efectivo, son las cantidades que realmente entran o salen de la empresa en cada periodo. Muy raras veces los ingresos y egresos contables en un periodo determinado pueden coincidir con los flujos de efectivo. Son éstos últimos los que interesan para la evaluación económica de un proyecto, pues

representan los montos que en realidad pueden invertirse en nuevos activos, para pagar dividendos o aumentar el capital de trabajo.

El cálculo de los flujos de efectivo en este trabajo, se basan en el método de "Flujos netos al accionista " que se resume de la siguiente manera:

$$\begin{aligned} & \text{CÁLCULO DEL FLUJO DE EFECTIVO} \\ & \text{INGRESO POR VENTAS} \\ & \quad + \\ & \quad \text{OTROS INGRESOS} \\ & \quad + \\ & \quad \text{FINANCIAMIENTO EXTERNO} \\ & \quad - \\ & \quad \text{COSTOS DIRECTOS DE PRODUCCIÓN} \\ & \quad - \\ & \quad \text{COSTOS INDIRECTOS DE PRODUCCIÓN} \\ & \quad - \\ & \quad \text{INCREMENTO EN CAPITAL DE TRABAJO} \\ & \quad - \\ & \quad \text{COSTO DE VENTAS} \\ & \quad - \\ & \quad \text{GASTOS ADMINISTRATIVOS} \\ & \quad - \\ & \quad \text{AMORTIZACIÓN DE CAPITAL} \\ & \quad - \\ & \quad \text{INTERESES POR FINANCIAMIENTO} \\ & \quad - \\ & \quad \text{IMPUESTOS} \\ & \quad - \\ & \quad \text{INVERSIÓN FIJA} \\ & \quad - \\ & \quad \text{GASTOS PREOPERATIVOS} \end{aligned}$$

Este es el valor F que se utiliza para el cálculo del valor presente neto y la tasa interna de rendimiento.

Estados Proforma de Pérdidas y Ganancias. Es un estado financiero que resume las fuentes de ingresos y egresos, a la vez que calcula la diferencia entre ellos para determinar la utilidad o pérdida neta estimada en cada periodo preoperativo y operativo del proyecto.

Balance General Proforma. Es un pronóstico del estado financiero de la empresa en cada periodo operativo del proyecto. Este estado financiero muestra las fuentes de los fondos utilizados para la operación (pasivos) y los activos en los que se están usando.

Estados Proforma de Origen y Aplicación de Recursos. Es un pronóstico de las transacciones realizadas por la empresa en cada periodo preoperativo y operativo, detallando el origen y uso de los fondos.

Indicadores Financieros. Son una forma útil de resumir la información contenida en los estados financieros descritos en los tres últimos incisos, con el fin de analizar el rendimiento de una empresa y compararlo con el de otras.

Dentro de los indicadores financieros tenemos:

La *utilidad sobre ventas*, que indica la fracción de las ventas totales que se convierten en utilidades, por lo que se utiliza para estimar la eficiencia con la cual la empresa usa sus activos. Se calcula como el complemento de la razón del costo total de lo vendido (excluyendo intereses sobre financiamiento) al valor de las ventas.

Nivel de Liquidez, este es un indicador de la reserva potencial de efectivo de la empresa, se puede calcular como la razón del activo circulante (excepto caja y bancos) al pasivo circulante.

Nivel de Endeudamiento, que se puede calcular como la razón del pasivo total al pasivo total más el capital contable.

Punto de Equilibrio, es una técnica útil para estudiar las relaciones entre los costos fijos, los costos variables y los beneficios. Si los costos de una empresa

sólo fueran variables, no existiría problema para calcular el punto de equilibrio. Este es el nivel de producción en el que son exactamente iguales los beneficios por ventas a la suma de los costos fijos y los variables.

$$\text{Punto de equilibrio (volumen de ventas)} = \frac{\text{Costos fijos totales}}{\frac{\text{Costos variables totales}}{\text{Volumen total de ventas}}}$$

Existen técnicas que no toman en cuenta el valor del dinero a través del tiempo y que propiamente no están relacionados en forma directa con el análisis de la rentabilidad económica, sino con la evaluación financiera de la empresa.

3.3. ANÁLISIS “FODA” (FORTALEZAS, OPORTUNIDADES, DEBILIDADES Y AMENAZAS)

La planeación financiera es una de las claves para el éxito de una empresa y un buen análisis financiero detecta la fuerza y los puntos débiles de un negocio. Es claro que hay que esforzarse por mantener los puntos fuertes y corregir los puntos débiles antes de que causen problemas.

De la mano con el análisis financiero una empresa también puede apoyarse con el análisis de las FODAS, para poder detectar cuales son las fuerzas y debilidades, de una organización, así como de las amenazas y oportunidades del entorno.

Con éste análisis se puede identificar los puntos en los que la empresa está en mejores condiciones de enfrentar la competencia, es decir, sus fortalezas; y aquellos otros en que su situación es frágil, es decir, sus debilidades. Algunos aspectos que se deben considerar son los siguientes:

SITUACIÓN DEL PERSONAL

Adecuación de la fuerza laboral total
Calificación de la fuerza laboral
Calificación de los cargos de dirección
Ambiente de trabajo en la empresa
Relación con los sindicatos
Programas de capacitación y estímulos
Productividad de la fuerza laboral
Nivel de los salarios y su repercusión en costos

SITUACIÓN FINANCIERA

Recursos financieros totales
Costo del capital (intereses)
Nivel de endeudamiento a corto plazo
Capacidad de autofinanciamiento
Cumplimiento de obligaciones fiscales
Relación con los propietarios y accionistas
Necesidades de capital circulante
Eficiencia del área contable

PROCESO PRODUCTIVO

Estructura de costos
Nivel de utilización de la capacidad instalada
Calidad de las materias primas
Selección de proveedores

Actualización tecnológica (maquinaria y equipo)
Porcentaje de mermas y desperdicios
Estudios de tiempos y movimientos
Grado de control sobre el proceso productivo

GESTIÓN EMPRESARIAL

Imagen y prestigio de la empresa
Funcionalidad de la organización
Tamaño de la empresa en relación al sector
Calidad en la gestión empresarial
Eficiencia en el alcance de los objetivos
Relación con los organismos de gobierno
Investigación y desarrollo
Nivel de automatización de la gestión

ASPECTOS DE MERCADOTECNIA

Participación porcentual de la empresa en el mercado
Seguimiento de las tendencias del mercado
Adecuación de la mezcla de mercadotecnia
Calidad, costo y servicio contra precios
Cartera de clientes
Publicidad y promoción
Fuerza de ventas

"La estrategia para superar las debilidades de la empresa, para mejorar sus fortalezas, enfrentar las amenazas del entorno y aprovechar las oportunidades, constituirá la estrategia competitiva de la misma. Será particularmente importante que de este autoanálisis la empresa llegue a detectar los puntos o áreas donde puede obtener ventajas competitivas, aquellos puntos que le permitan una ventaja

adicional o margen competitivo que la pueda colocar por encima o delante de las demás. "17

De este análisis se puede desprender la manera de cómo obtener precios competitivos, sin dejar de cumplir con las normas de calidad que se están manejando en el mundo, así como revisar la manera de ofrecer un buen servicio a los clientes, antes, durante y después de la venta, ayuda a su vez a considerar el diseño como parte de la estrategia competitiva y finalmente, la imagen y la marca.

3.4. DIMENSIÓN DEL POTENCIAL EXPORTADOR

En el comercio exterior, el tamaño de una empresa ya no es tan significativo, basta con que esté bien preparada para que pueda iniciarse en las actividades de exportación. La empresa deberá asumir compromisos serios para lograr tal objetivo, así como investigar y explorar nuevos mercados, efectuar una planeación cuidadosa y seguir una estrategia clara de ventas. Aquí cabe señalar que la exportación exige el mismo esfuerzo que cualquier otra iniciativa comercial, la diferencia es que crece su mercado potencial, pero también aumentan los competidores y las exigencias de calidad y precio del producto.

" El futuro exportador ha de considerar los siguientes elementos principales:

Tener una actitud emprendedora.

Conocer el proceso productivo.

Evitar confusiones en el momento de negociar.

Cumplir con exactitud todo lo que se pacte en materia de precio, calidad, tiempo de entrega, remisión de documentos y forma de pago, entre otros.

¹⁷ Pinta Molina, María y Sánchez Ambriz Gerardo, "Planificación estratégica y calidad en los sistemas de información científica. Ciencias de la información.", 1997 P. 17

Cuidar que las muestras sean representativas del producto que se exportará.

Dar flexibilidad y rapidez a la toma de decisiones, mantener una comunicación constante con el cliente y ofrecer los servicios de posventa.¹⁸

Es recomendable que se realice un acopio de información, ya que así se podrá disminuir la incertidumbre y se podrá apoyar la toma de decisiones, como por ejemplo:

* ¿Cuál o cuáles de sus productos tienen mejores posibilidades de ser exportados?

¿ En dónde existe demanda para el producto que fabrica la empresa y el precio a que puede venderlo?

¿ A qué competencia se enfrentará?

¿ Cuáles son los requerimientos y necesidades del mercado?

¿ Qué normas técnicas o regulaciones deberá cumplir?

¿ Qué factores geográficos, económicos, políticos y culturales pueden afectar sus posibilidades de éxito? ¹⁹

Identificar el producto adecuado para satisfacer las necesidades de los mercados externos, así como seleccionar él o los mejores mercados y la forma de ingresar a ellos, son tres elementos claves para una exitosa operación de exportación.

Al emprender un proyecto de exportación es importante cerciorarse de que la empresa está en condiciones de exportar, así como realizar un autoanálisis de los productos en un marco global.

¹⁸ Bancomext, "Guía Básica del Exportador", México, 1999, P. 25

¹⁹ Idem, P. 35

3.5. ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA

La estructura de un organismo social debe reflejar, entre otras cosas, el tipo de autoridad delegada a los administradores, la cual facilita el cumplimiento de los objetivos.

Es importante tener definidas cada una de las responsabilidades existentes en una organización, así como el alcance de cada una de ellas.

Para efectos del presente trabajo se contará con un director General, quien dirigirá y tomará decisiones sobre la empresa en su totalidad, con el apoyo de sus diferentes direcciones.

Dirección Finanzas; tendrá a cargo las gerencias de contabilidad y sistemas, quienes cuidaran los asuntos financieros, fiscales y proveerá de los apoyos en los programas que requiera la organización para su mejor desarrollo.

Dirección Mercadotecnia; quien se encargará de los estudios necesarios para poder tener un importante posicionamiento de mercado. A su vez será supervisor de la fuerza de ventas de la organización, cuidando el volumen y margen de utilidad que la empresa desee obtener.

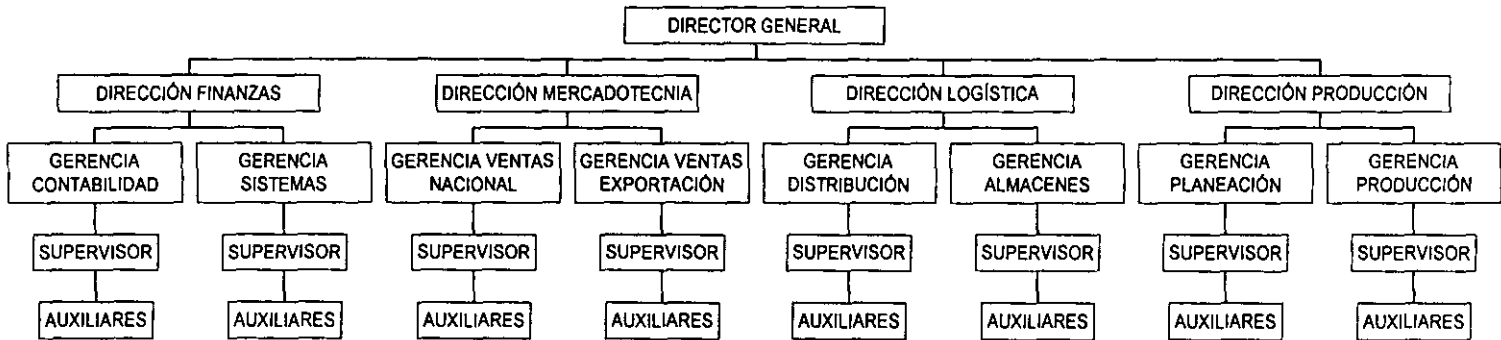
Dirección de Logística, coordinará el almacén de producto terminado, vigilando su adecuada rotación y distribución en el mercado.

Dirección de Producción; proveerá del producto en tiempo y forma, para poder cumplir con el compromiso contraído por nuestra fuerza de ventas.

La estructura administrativa de una organización se puede ilustrar en lo que se conoce como organigrama organizacional, el cual permite visualizar fácilmente

cada una de estas; existen varias presentaciones de éste, sin embargo, sólo ejemplificaremos uno de los organigramas que comúnmente se utilizan.

ORGANIGRAMA DE LA EMPRESA
PLÁSTICOS DE MÉXICO, S. A. DE C.V.



CAPÍTULO 4 ELABORACIÓN DEL PLAN DE NEGOCIOS DE EXPORTACIÓN

La empresa se denomina "Plásticos de México, S.A. de C.V." su giro es la fabricación de productos de plástico para el hogar (incluyendo juguetes), y se encuentra ubicada en el municipio de Tultitlán, en el Estado de México, dentro del Parque Industrial Cartagena. Desea convertirse en una empresa líder en la producción de triciclos de plástico, adquirir una sólida reputación en la comunidad financiera debido a su buena administración, la calidad de sus productos y su solidez financiera.

La misión es: ser el principal proveedor de triciclos de plástico, que contribuyan a la recreación y diversión de los niños, competir selectivamente y consolidar su posición exportadora en el mercado del juguete.

La visión de la Corporación Plásticos de México, S.A. de C.V., es consolidarse como una marca líder en el mercado internacional del juguete, que innovará y ofrecerá productos que satisfagan las necesidades cambiantes de este sector consumidor.

Las estrategias que permiten alcanzar esta visión son:

- * Manufactura de bajo costo y que responda a las necesidades del cliente.
- * Empleador orientado al crecimiento
- * Líder en innovación y calidad
- * Comercializador global de marcas

4.1. ANÁLISIS FODA

FORTALEZAS

Fuerza laboral calificada

Existe un buen ambiente de trabajo

Cuenta con programas de capacitación

Sana estructura de costos en el proceso productivo

Calidad en las materias primas utilizadas en nuestro proceso productivo

No cuenta con obligaciones fiscales, bancarias, por cumplir

Sana estructura financiera

OPORTUNIDADES

Existe un Tratado de Libre Comercio con Chile

No se llevan acabo pagos de aranceles.

Escasa competencia en el mercado chileno

Producción de plástico en Santiago de Chile, no forma parte de las principales actividades económicas del país.

DEBILIDADES

Falta de los recursos financieros, necesarios para la distribución del producto.

No se cuenta con una estructura bien definida para la distribución del producto en Chile.

Existe un importante riesgo debido a que es un mercado nuevo que no se ha abierto.

AMENAZAS

No se cuenta con tecnología de punta, lo que ocasiona un incremento en lo que a mermas y desperdicios se refiere.

Nuestro principal competidor cuenta con los elementos necesarios para poder satisfacer la demanda de éste país.

La tecnología de punta que se requiere, es muy costosa, y al empresa no cuenta con el capital necesario para poder invertir en ésta.

4.2. ANÁLISIS FINANCIERO

Como resultado del análisis de los estados financieros de la empresa, (ver anexos 6 y 7) se presentan las siguientes razones financieras, que determinan la situación de Plásticos de México, S.A.

$$\text{De liquidez} = \frac{\text{Activo Circulante}}{\text{Pasivo Circulante}} = \frac{72,900}{55,000} = 1.33$$

Lo que indica que nuestro pasivo circulante esta cubierto por nuestro activo circulante.

$$\begin{aligned} \text{Tasa de la prueba del ácido} &= \frac{\text{Activo Circulante} - \text{Inventario}}{\text{Pasivo Circulante}} \\ &= \frac{72,900 - 26,000}{55,000} \\ &= 0.85 \end{aligned}$$

Donde se puede apreciar que la empresa tiene la capacidad de cubrir todas sus obligaciones a corto plazo con sus recursos de inmediata realización.

$$\text{Tasa de Deuda} = \frac{\text{Deuda Total}}{\text{Activo Total}} = \frac{64,000}{124,000} = 0.52$$

Se puede apreciar que el grado en que la empresa se ha financiado por medio de la deuda es realmente mínimo.

$$\text{Rotación de Inventarios} = \frac{\text{Ventas}}{\text{Inventarios}} = \frac{56,364}{26,000} = 2.17$$

$$\text{Rotación de Activos Totales} = \frac{\text{Ventas Anuales}}{\text{Activos Totales}} = \frac{76,368}{124,000} = 5.45$$

Aunque estas razones financieras no son normalmente utilizadas en la evaluación de un proyecto, es importante señalarlas ya que se puede determinar cual es la situación económica de una empresa.

Una vez que se han revisado las razones financieras anteriormente señaladas, se puede apreciar que la situación financiera de la empresa se presenta sana y con la posibilidad de llevar a cabo un proyecto de exportación, y pretende utilizar del total de la producción el 15% para la exportación, que equivale a 3000 piezas mensuales, tomando en cuenta que actualmente utiliza el 85% de la capacidad instalada.

4.3. IDENTIFICACIÓN Y DETERMINACIÓN DEL MERCADO

El país al que se desea exportar es Chile, éste cuenta con una población actualmente de poco más 15 millones de habitantes. La ciudad de Santiago su capital, es el mercado meta a la que se pretende llegar y representa el 45 % de ésta población. De hecho se señala a la ciudad de Santiago como la única región metropolitana en Chile.

Dentro de esta ciudad existen aproximadamente 1,759,944 niños de 2 a 5 años y que vienen a formar parte de una población cuyo nivel de compra es de mediano a alto, y que sería el mercado al que se pretende vender nuestro triciclo.

Las principales actividades productivas con las que cuenta Chile es la industria textil, que representa un 9.11%, la siderúrgica, un 27.21%, la automovilística, un

3.76%, la neumática, un 2.51%, del cemento, 1.02%, química, 1.15%, de papel, 7.9%, cerámica, 3.51%, azucarera, tabaquera, agricultura, ganadería, silvicultura, un 33.54%, la eléctrica, un 2.13%, la minería, un 5.16% y con un 3% tenemos el rubro de otras, dentro de la cual se contempla la industria del plástico. Su PIB es de 52,910 millones de dólares, y su ingreso per cápita de 4,770 dólares. Como se puede apreciar la industria del plástico aún no representa un importante rubro dentro de las principales actividades económicas de este país, por lo que resulta importante explotar esta actividad.

Los límites geográficos de Chile son: al norte con Perú, a través de línea de la Concordia, al este con Argentina y Bolivia, y al sur y al oeste limita con el Océano Pacífico, lo cual lo sitúa como un país con importantes vías marítimas de acceso, que como se sabe es la vía que resulta más rentable y/o económica para poder transportar determinado producto a determinado lugar.

La empresa Plásticos de México, quiere abarcar este mercado, ya que es uno de los países con el que aún no ha trabajado y lo considera un mercado virgen en el campo de los juguetes de plástico, lo que lo hace verse como un mercado a explotar con posibilidad de alcanzar rendimientos importantes para la empresa.

4.4. VENTAJAS COMPETITIVAS EN EL MERCADO

El producto que se desea exportar es un triciclo de plástico muy resistente, no se rompe fácilmente, es elaborado con algunas materias primas importadas, no es tóxico; es para niños y/o niñas de 2 a 5 años de edad, de colores llamativos. Tiene una medida de 79 x 50 x 48 cm. y la parte trasera cuenta con una pequeña cajuela con tapa. Aunque el plástico es muy resistente; el triciclo no deja de ser ligero lo que permite pueda ser fácilmente manejado por los niños e impulsa su desarrollo motriz.

Plásticos de México, S.A. de C.V. desea exportar su triciclo a Chile, ya que este producto cuenta con una competencia representativa de sólo 2 fabricantes de juguetes, Fisher Price y Mattel; ambas compañías de Estados Unidos; sin embargo, estas empresas aunque ya se encuentran en ese mercado, y son productoras de juguetes, no cuentan con alguna producción de triciclos, dentro de su catálogo de productos.

El único competidor importante que existe es un fabricante de Estados Unidos, "Little Tikes", esto debido a que es una empresa ya consolidada y con una fuerte capacidad de exportación, no obstante (como se podrá ver más adelante) al poner su producto en el mercado chileno resulta más caro, que poner el producto de México en el mismo mercado, lo que representa una ventaja para nuestro producto, en lo que a precio se refiere.

También es importante señalar que con Chile tenemos un tratado de libre comercio que entró en vigor a partir de 1992 y que ha venido intensificando la liberación comercial entre ambos países, así como la desgravación porcentual de un grupo de productos bajo un calendario de 6 años.

El objetivo del tratado es intensificar las relaciones económicas y comerciales mediante la eliminación total de gravámenes y restricciones a las importaciones originarias de las partes.

El programa de desgravación fijó como objetivo, consolidar un gravamen máximo común de 10% ad valorem al 1 de enero de 1992, aplicable a las importaciones de productos originarios de ambos países.

A partir de este arancel con base del 10%, se estableció un calendario de desgravación para la mayor parte de los productos, de la forma siguiente:

FECHA	GRAVAMEN MÁXIMO COMÚN
	%
1° de enero de 1992	10
1° de enero de 1993	7.5
1° de enero de 1994	5
1° de enero de 1995	2.5
1° de enero de 1996	0

Como se podrá notar actualmente estamos exentos del pago de impuesto por exportar nuestros productos a este país, lo cual representa un punto importante, ya que es una ventaja que nuestro artículo tendría, dada ésta exención.

La competencia que en determinado momento se puede señalar como mínima, ya que la fabricación de este tipo de triciclo se puede considerar como exclusiva de Plásticos de México, debido a que los dos principales jugueteros no lo producen, y Little Tikes que es nuestro principal competidor tiene un carrito similar pero más costoso, que implica una desventaja para éste; así como la existencia de un TLC, que nos coloca en una posición preferencial en lo que a impuestos se refiere; la situación geográfica de México que lo coloca en una cercanía importante con nuestro país exportador, las vías de comunicación marítimas con las que cuentan ambos países, lo que resulta de gran importancia, ya que como se sabe, la logística de transporte es lo que resulta más costoso en el proceso de exportación; la factibilidad de poder explotar la industria de plástico en Chile, que como se señaló anteriormente este rubro aún no es representativo en la economía chilena, pero viene a formar parte de las importantes ventajas competitivas con las que cuenta nuestro producto, ya que al reunir todas estas, traen como resultado que el precio de nuestro producto sea accesible y atractivo para nuestro consumidor final.

4.5. CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

En la elección del canal de comercialización se tendrá que tomar en cuenta el tipo de producto, sus características y los recursos de la empresa para poder financiar los costos que implica la exportación.

Se desea llegar a las principales tiendas departamentales, tiendas de autoservicio y jugueterías, de Santiago de Chile, como se señaló anteriormente a consumidores de nivel socioeconómico de medio a alto.

En este caso iniciaremos con Agentes y representantes contratados en el extranjero, a fin de que promuevan el producto y proporcionen información diversa sobre el mercado de juguetes.

Estos cobrarán un monto del 10% con relación a las ventas. Este tipo de agentes proporciona un servicio de asesoría sobre mercados del exterior, condiciones de venta, que productos y como se pueden vender. De hecho estos pueden disponer de medios promocionales para las ventas, lo cual aprovecharemos, ya que se tiene como objetivo a mediano plazo, que posteriormente Plásticos de México, coloque sus pedidos directamente con sus clientes.

Esto debido a que de inicio, no contaríamos con los recursos necesarios para poder financiar los gastos generados por la exportación de nuestro producto hasta la puerta del cliente. Ya que de hacerlo tal vez se lograría pero se podría colocar en riesgo la situación financiera de la empresa, al incrementarse los gastos y reducir la ganancia.

Así, al utilizar este tipo de canal nos dará oportunidad de penetrar en el mercado y posteriormente de la misma operación ya en marcha, generar los recursos

necesarios para poder financiar la exportación directa al cliente, y con ello estar más cerca de nuestro consumidor final y sin tener que sacrificar de manera importante la economía de nuestra empresa.

Sin embargo, es importante señalar que en la actualidad, ha surgido el comercio electrónico como un medio que empieza a revolucionar el mercado mundial y que podría transformar radicalmente las estrategias de competitividad. La restricción más importante es la falta de mecanismos seguros y confiables, la legislación ha sido recientemente aprobada, para proteger tanto a los importadores como a exportadores de personajes, que puedan cometer fraudes. No obstante, la rapidez con la que se logran eludir los ordenamientos jurídicos por parte de estos piratas electrónicos, no permite aún tener garantizada la seguridad en este tipo de operaciones. Pero no por ello se debe de dejar de tener en cuenta que este tipo de comercio electrónico puede revolucionar nuestro comercio con mayor agilidad y a un costo relativamente menor.

4.6. PRECIO DE EXPORTACIÓN Y LOS INCOTERMS.

Una de las variables determinantes en la competitividad es el precio al que se ofrece el producto al importador. En la determinación del precio vamos a considerar la situación del mercado, los costos de producción y comercialización externa.

Es de suma importancia que al iniciar nuestra operación de exportación, se establezca con nuestro cliente el INCOTERMS que se utilizará ya que estos regularán tres aspectos básicos relacionados con el lugar de entrega:

- ◆ Transferencia de riesgos entre comprador y vendedor
- ◆ Costos a cuenta del comprador y vendedor
- ◆ Documentación

El incoterms que utilizaremos inicialmente es el CIF (costo, seguro y flete), a la ciudad Valparaíso, esto significa que Plásticos de México completa su obligación, cuando ha puesto la mercancía en el puerto de Valparaíso, Chile. Es decir, se hará responsable de los gastos por seguro, transporte de su planta al puerto de Manzanillo, y de éste al puerto de Valparaíso Chile, así como de los respectivos gastos aduanales.

Así tenemos en primer término la integración del costo que implica la elaboración del triciclo por unidad, tomando en cuenta que en lo que a costeo se refiere utilizaremos el costeo directo o marginal.

CUADRO No. 4 INTEGRACIÓN DEL COSTO PARA LA FABRICACIÓN DEL TRICICLO DE PLÁSTICO

CONCEPTO	IMPORTE (pesos mexicanos)
Importe por materiales	118.1363
Importe por mano de obra	6.5470
Importe por gastos externos	4.0000
Importe por gastos variables	3.6811
Importe por gastos fijos	17.6356
Total	150.0000
Precio base (incluye 50% utilidad)	225.0000

Partiendo de este costo y tomando en cuenta como se acordó con el cliente cotizarlo utilizando el incoterms CIF a Valparaíso Chile.

CUADRO No. 5 INTEGRACIÓN DEL PRECIO DE VENTA DEL TRICICLO DE PLÁSTICO

CONCEPTO	IMPORTE (pesos mexicanos)
Precio base (incluye 50% utilidad)	225.0000
Gastos incluye: Flete México-Manzanillo Flete Manzanillo-Valparaíso Gastos aduanales, (incluye 18% IVA)	70.0000
Gran total por unidad	295.0000

Partiendo de estos gastos, nuestro producto se colocaría en \$ 295.00 pesos mexicanos, hasta Valparaíso, Chile, que será el lugar al que llegará el producto para que posteriormente sea distribuido por nuestro agente.

A continuación se presenta un cuadro con las empresas, productos y los precios de introducción de dos artículos que competirían en el mercado chileno, uno de los cuales (triciclo) compite ventajosamente en estos términos.

CUADRO No. 6 FABRICANTES DE TRICICLOS DE PLÁSTICO

EMPRESA	PRODUCTO	COSTO (pesos mexicanos)
LITTLE TIKES	Carrito de plástico para niño de 3 años	405.00
PLÁSTICOS DE MÉXICO	Triciclo de plástico para niños y niñas de 2 a 3 años	295.00

Como ya hemos señalado, el único fabricante con este tipo de producto es "Little Tikes " y el precio del producto puesto en el mismo puerto es superior, al de Plásticos de México. Esto es debido, entre algunas otras circunstancias a la distancia que existe entre este fabricante y Chile, ya que el primero se encuentra situado en Wooster Ohio, E.U. lo que implica una desventaja para nuestro competidor.

4.7. RECURSOS DE LA MERCADOTENIA INTERNACIONAL

Como se ha señalado inicialmente se trabajará con un agente o representante en Chile, éste junto con Plásticos de México, tendrán contacto para poder participar en las ferias nacionales del juguete que cada año se celebran durante los meses de octubre y noviembre, en ese país.

De la misma forma se hará uso de promociones que se programen con el agente en Chile, durante los meses de noviembre, diciembre y enero del siguiente año, con el fin de poder aprovechar la temporada navideña y de reyes, que serían las principales temporadas en que se espera incrementa la demanda de éste juguete.

4.8. TRANSPORTE Y DISTRIBUCIÓN FÍSICA

Una vez que tenemos determinado nuestro precio de exportación, en donde se contempló el costo total que implica tener debidamente acondicionado el producto para asegurar su integridad física durante todas las maniobras a que será sometido antes de llegar a manos de nuestro consumidor final, tenemos que revisar lo que al transporte y distribución física se refiere.

Tomando en cuenta que el tiempo constituye un parámetro esencial en la distribución física internacional, y que está íntimamente relacionado con nuestros

costos de exportación y por tanto con la determinación del precio y su grado de competitividad, cada actividad de esta operación requiere de un tiempo para su ejecución y su duración depende y varía en cada medio de transporte utilizado.

La venta se realizará a nuestro agente Ricardo Camacho quien se encuentra ubicado en la ciudad Valparaíso, Chile, lugar en el que nosotros colocaremos sus pedidos. Tal venta será de por lo menos un contenedor con 450 piezas, si la capacidad del contenedor es de 20 pies o 650 piezas si la capacidad es de 40 pies; para que nosotros podamos enviar el producto a dicho país.

Nuestro tiempo de tránsito es:

Tultitlán - Manzanillo 2 días

Manzanillo - Valparaíso 16 días con salidas semanales desde el puerto de Manzanillo.

Nuestro costo de flete:

Tultitlán - Manzanillo \$ 820 USD más IVA por contenedor (terrestre)

Manzanillo - Valparaíso \$ 1,100 USD por contenedor de 20 pies (marítimo)

\$ 1,700 USD por contenedor de 40 pies (marítimo)

Capacidad:

Contenedor de 20 pies 450 piezas aproximadamente

Contenedor de 40 pies 650 piezas aproximadamente

Los contenedores antes mencionados son grandes cajas herméticas, creados para contener mercancías a fin de transportarlas sin manipulación intermedia que puede suponer ruptura de carga. Presentan la ventaja de poder ser enviadas dentro de cualquier tipo de transporte terrestre o marítimo o en una combinación entre varios de ellos. Están diseñados para acomodar tarimas de carga de medidas estandarizadas, además de la reducción de tiempos de carga y descarga, el uso de contenedores también tiene las siguientes ventajas adicionales:

mayor seguridad para los productos, mínima manipulación personal, mínima de riesgos por daños y robos, facilidad de manejo, reducción de primas de seguro, reducción de costos de embalaje.

El transporte marítimo es más económico y en cierta manera más seguro, ya que por un lado en el transporte terrestre es muy alto el riesgo de la mercancía sobre todo por el desconocimiento de las carreteras y las zonas por las que transita el vehículo, en el transporte aéreo se incrementa mucho el costo del flete, claro cabe precisar que Plásticos de México puede adaptarse a las necesidades del cliente, por eso, si en caso extremo algún cliente solicita cualquier medio de transporte para su mercancía, nosotros nos adecuamos a la conveniencia del cliente.

4.9. ENVASE Y EMBALAJE

Dado que el envase, empaque y embalaje juegan un papel vital en el acondicionamiento de las mercancías para que estas puedan llegar en óptimas condiciones hasta nuestro consumidor final y se logre estimular la reproducción de nuestro ciclo de exportación, el diseño estructural de nuestro embalaje no es mayor al 4% del precio final que paga el consumidor y el costo del embalaje de exportación no excede el 28% del mismo.

El triciclo como tal es un objeto voluminoso, sin embargo, éste tiene la ventaja de que es armable, así que viene dividido en lo que es el cuerpo del mismo, en sus ejes y llantas, y sus accesorios. En lo que se refiere a sus ejes, llantas y accesorios, estos vienen en bolsas de plástico que se acomodan de tal manera que se aprovechan los espacios alrededor del cuerpo del triciclo, todo a su vez queda protegidos con un fleje de cartón. Finalmente el producto viene en una caja de cartón muy resistente, en la cual se estampa una ilustración con la presentación del triciclo ya en acción.

El tamaño de la caja es el necesario para proteger el producto y ser manejado en las tarimas ya estandarizadas, que son utilizadas en los contenedores anteriormente citados. Su embalaje garantiza un soporte duro y prolongado manejo del producto durante el almacenamiento, carga, descarga y transporte.

4.10. DOCUMENTOS Y TRÁMITES ADUANALES

La empresa Plásticos de México, S.A. de C.V., debe garantizar con documentos la propiedad jurídica de la mercancía, su tránsito legal por la aduana del país de origen y la del importador, así como documentar la descripción detallada del producto, su envase y embalaje para facilitar su identificación por la empresa transportista y la aseguradora, los funcionarios de la aduana y el mismo importador.

Factura comercial, se debe presentar en original y seis copias con firma autógrafa, en este caso en español y debe incluir: aduana de salida del país de origen y lugar de entrada al país destino; razón social del exportador y dirección; así como la del importador; descripción detallada de la mercancía, su nombre, calidad y marca; cantidades, peso y medidas del embarque, precio de la mercancía, especificando la unidad monetaria; lugar y fecha de expedición. (Ver anexo 2).

La Lista de empaque, permitirá identificar la mercancía, saber que contiene cada caja y verificar que coincida con la información indicada en la descripción de la factura. (Ver anexo 3).

Documento de transporte, deberá presentarse en original y seis copias, en él vamos a indicar cuando la mercancía se ha embarcado con un destino determinado y hacemos constar la condición en que se encuentra, y se compromete al transportista a custodiar el producto hasta el lugar de destino; en este caso se utiliza el conocimiento de embarque y carta de porte.(Ver anexo 4).

Certificado de origen en el cual se va a señalar las características con las que un producto califica como originario de la región. (Ver anexo 1).

Pedimento de exportación se tendrá que presentar ante la aduana respectiva y se utilizará la forma oficial aprobada por la SHCP. (Ver anexo 5)

4.11. FORMAS DE PAGO INTERNACIONAL

Uno de los principales elementos que se consideraron en la elección de nuestro mercado o país exportador fue el de su estabilidad económica, social y política. Ya que al elegir un país que vive conflictos armados, nos obligaría a nosotros como exportadores generalmente a exigir cartas de crédito irrevocables y confirmadas por bancos ubicados en otro país.

En este caso, se acordó con nuestro agente Ricardo Camacho utilizar las transferencias electrónicas a través de la banca. Plásticos de México, enviará vía

fax el documento de embarque, que servirá de comprobante a nuestro agente, que hemos enviado la mercancía, éste depositará el 50 % en ese momento y el otro 50% una vez recibiendo la mercancía, y también vía fax nos informará de manera inmediata el aviso de que la transferencia ha sido realizada.

CONCLUSIONES

El proceso de globalización económica viene a ser uno de los principales acontecimientos por los que México actualmente está atravesando, el cual dada su importancia representa un creciente dinamismo en las relaciones comerciales del país. Este proceso está obligando a México a contar con productos altamente competitivos en precio y calidad, dicha obligación se debe tomar en cuenta, ya que de no ser así, se corre el riesgo de perder la oportunidad de diversificar e incrementar las exportaciones y de salir del mercado.

Dado la anterior, se desprenden las siguientes conclusiones:

Toda empresa que desee exportar, requiere conocer el entorno que implica la globalización y aprovechar las ventajas arancelarias que ofrecen los tratados de libre comercio; es fundamental que conozcan que barreras arancelarias y no arancelarias puede enfrentar un producto de exportación, así como los documentos y trámites que deben presentar ante las diferentes instituciones vinculadas con el comercio exterior.

Es importante que la empresa mexicana con perfil exportador cuente con un análisis estratégico productivo, financiero y organizacional, con el que pueda demostrar que tiene capacidad y potencial, para poder llevar a cabo un proyecto de exportación, a fin de aprovechar sus fortalezas y las oportunidades que ofrecen los mercados extranjeros.

Finalmente, mediante el proyecto de exportación realizado, en el que se presentaron los aspectos que caracterizan nuestro mercado meta, Santiago de Chile y las ventajas competitivas de nuestro producto; permiten demostrar que la empresa Plásticos de México, S.A. de C.V. tiene posibilidades de exportar

triciclos de plástico con grandes probabilidades de éxito, ya que como se demostró anteriormente, tiene la capacidad para proveer un producto que puede satisfacer la demanda de éste país, debido a que la producción de este tipo de juguete, esta a cargo de un competidor extranjero, el cual lo proporciona a un costo superior al nuestro, y en lo que a producción nacional se refiere, éste tipo de industria forma parte de un 3% que se encuentra integrado por algunas otras industrias, en las cuales se incluye la del plástico, lo que representa, un mercado que puede ser explotado de manera importante.

BIBLIOGRAFÍA

Agüero Aguirre, Mario Estrategia de la empresa ante la crisis financiera.
Ejecutivos de finanzas, México, 1997.

Bahena, Guillermina Instrumentos de investigación.
Edit. Editores mexicanos unidos, ed. 13ª México, 1999.

Domínguez Chávez, Guillermo La planeación estratégica en el éxito de una organización.
Edit. Diana, México, 1998.

Flores Paredes, Joaquín El contexto del comercio exterior de México, retos y oportunidades en el mercado global.
Edit. UNAM-FESC (en prensa), México.

Gallardo Velázquez, Anahi y Jiménez Torres, Miguel El ambiente externo y sus efectos en las organizaciones productivas del país. Gestión y estrategia
Edit. Limusa, México. 1999.

Herrera Bonilla, Manuel Herramientas creativas en el negocio: diagnóstico.
Edit. Grijalvo, México, 1998.

Informe Anual 1999 del Banco de México
Banco de México.

Joaquín, Estefania, La nueva economía, la globalización
Edit. Limusa, México, 1998.

Mejía Ruiz, Romulo Planificación estratégica situacional
Edit. Diana, México, 1998.

Mercado H, Salvador, Comercio Internacional I y II
Edit. Limusa México, 1996.

Pinto Molina, María y Sánchez Ambriz, Gerardo, Planificación estratégica y calidad en los sistemas de información científica. Ciencias de la Información, 1997, México.

Reyes Díaz-Leal, Eduardo La mentalidad exportadora.
Edit. Bancomext, México, 1994.

Witkeer, Jorge La nueva valoración aduanera y el TLC
Edit. UNAM, México, 1992.

Zorrilla Arena, Santiago, Metodología de Investigación
Edit. Aguilar León, 9ª edición, México, 1999.

Expedición de certificados de origen
<http://www.secofi-dgsce.mx/Corigen.htm>
México, 2000.

<http://www.secofi-dgsce.mx>
México, 2000.

<http://www.secofi-snci.gob.mx>
México, 2000.

<http://www.rkze.com/regula/normas>
México, 2000.

<http://www.porchile.cl>
México, 2000.

ESTA TESIS NO SALE
DE LA BIBLIOTECA

**TRATADO DE LIBRE COMERCIO ENTRE LA REPUBLICA DE CHILE
Y LOS ESTADOS UNIDOS MEXICANOS
CERTIFICADO DE ORIGEN
(Instrucciones al reverso)**

Llenar a máquina o con letra de molde

1. Nombre y domicilio del exportador: PLASTICOS DE MEXICO Teléfono: 58881514 Fax: 58881598 Número de Registro Fiscal: PME980204SK3			2. Período que cubre: Desde: <table border="1" style="display: inline-table; vertical-align: middle;"><tr><td>D</td><td>D</td><td>M</td><td>M</td><td>A</td><td>A</td></tr><tr><td>0</td><td>1</td><td>0</td><td>6</td><td>0</td><td>0</td></tr></table> Hasta: <table border="1" style="display: inline-table; vertical-align: middle;"><tr><td>D</td><td>D</td><td>M</td><td>M</td><td>A</td><td>A</td></tr><tr><td>0</td><td>1</td><td>0</td><td>6</td><td>0</td><td>1</td></tr></table>			D	D	M	M	A	A	0	1	0	6	0	0	D	D	M	M	A	A	0	1	0	6	0	1
D	D	M	M	A	A																								
0	1	0	6	0	0																								
D	D	M	M	A	A																								
0	1	0	6	0	1																								
3. Nombre y domicilio del productor: PLASTICOS DE MEXICO Teléfono: 58881514 Fax: 58881598 Número de Registro Fiscal: PME980204SK3			4. Nombre y domicilio del importador: CAMACHO SANCHEZ RICARDO Teléfono: 5224317 Fax: 52424317 Número de Registro Fiscal: CASR631125RG7																										
Descripción del (los) bien (es):	6. Clasificación Arancelaria	7. Criterio para trato preferencial	8. Productor	9. Método utilizado (VCR)	10. Otras instancias																								
TRICICLOS DE PLASTICO	950100	A	SI	VT	NO																								
11. Observaciones:																													
12. Declaro bajo protesta decir verdad que: -La información contenida en este documento es verdadera y exacta, y me hago responsable de comprobar lo aquí declarado. Estoy consciente que seré responsable por cualquier declaración falsa u omisión hecha en o relacionada con el presente documento. -Me comprometo a conservar y presentar, en caso de ser requerido, los documentos necesarios que respalden el contenido del presente certificado, así como a notificar por escrito a todas las personas a quienes entregue el presente certificado de cualquier cambio que pudiera afectar la exactitud o validez del mismo. -Los bienes son originarios del territorio de una o ambas partes y cumplen con los requisitos de origen que les son aplicables conforme al Tratado de Libre Comercio de la Rública de Chile y los Estados Unidos Mexicanos, no han sido objeto del procesamiento ulterior o de cualquier otra operación fuera de los territorios de las Partes, salvo en los casos permitidos en el artículo 4-17 o en el anexo 4-03. Este certificado consta de hojas, incluyendo todos sus anexos.																													
Firma autorizada			Empresa: PLASTICOS DE MEXICO, SA DE CV																										
Nombre: VERONICA SANTOS GOMEZ			Cargo: GERENTE TRAFICO																										
Fecha: <table border="1" style="display: inline-table; vertical-align: middle;"><tr><td>D</td><td>D</td><td>M</td><td>M</td><td>A</td><td>A</td></tr><tr><td>0</td><td>1</td><td>0</td><td>6</td><td>0</td><td>0</td></tr></table>		D	D	M	M	A	A	0	1	0	6	0	0	Teléfono: 58-85-15-16		Fax: 58-88-15-98													
D	D	M	M	A	A																								
0	1	0	6	0	0																								



PLASTICOS DE MEXICO, S.A. DE C.V.

R.F.C. PME-800204 SK3

AV. 2 No. 7 PARQUE INDUSTRIAL CARTAGENA, TOLITLILAN, EDO. DE MEXICO C.P. 54023 APOD. POSTAL 6
TEL. 5626 14 02 58 88 1640 FAX. 5626 1528 5665 1935

RICARDO CAMACHO SANCHEZ PUERTO 5 VALPARAISO, CHILE		CONDICIONES	
		FECHA/DATE	TERMS
		25 11 00	30
		DESC. FACTURA	
		220573	
		ORDEN CLIENTE	PERIODO
		YOUR ORDER	OUR ORDER
YEND. ALM.		DA. MES AÑO	DAY MONTH YEAR
X 01	21397	17	25 11 00
EMBARQUE/SHIPMENT PORT		DESTINO/DESTINATION PORT	
		VALPAR CHILE	
		Z.F.	
		23	

SECRETARIA DE HACIENDA
Y CREDITO PUBLICO
SECRETARÍA DE ECONOMÍA

PLASTICOS DE MEXICO
S.A. DE C.V.

1998

CODIGO SKU SKU CODE	C. BARRAS BAR CODE	DESCRIPCION DESCRIPTION	EMPAQUES PACKS	PZAS. Y EMP. PCS. X PACK	TOTAL	PRECIO UNITARIO UNIT PRICE	IMPORTE AMOUNT
4373		TRICICLO	1,300	1	1,300	275.00	357,500
CUATROCIENTOS ONCE MIL PESOS 00/100 M.N.						IVA	53,625.00
						REG. CAMACINTRA 10226	TOTAL S.E.U.O. 411,125.00

COMPLEMENTO AUTENTICACION PARA EFECTOS DE CONTROL DE CALIDAD DE LOS PRODUCTOS PLASTICOS DE MEXICO, S.A. DE C.V. REGISTRADO EN EL INSTITUTO FEDERAL DE PROTECCION CONSUMIDORES

LA REPRODUCCION NO AUTORIZADA DE ESTE COMPROMISO, SOMETIENDO AL CLIENTE EN LOS TERMINOS DE LAS DISPOSICIONES FISCALES.

FECHA DE EMISION	FECHA DE VENCIMIENTO

IMPORTE NETO
TOTAL EMPAQUES/PACKS

REG. CAMACINTRA 10226

1) RECLAMACION POR AFEROS SOLO SE ADMITE EN EL ACTO DE ENTREGA DEL PEDRO.
2) ESTA COMPRAVENTA DE SUJETA A LAS CONDICIONES PREVIAMENTE ESTABLECIDAS POR LAS PARTES.

FECHA DE EMISION SEPTIEMBRE 2000 FECHA DE VENCIMIENTO SEPTIEMBRE 2000

CONTADILIDAD

RECIBO DE CONFORMIDAD

PLASTICOS DE MEXICO, S.A. DE C.V.

R.F.C. PME-000204 8K3

AV. 9 No. 2 PARQUE INDUSTRIAL CARTAGENA, TULTITLAN, EDO. DE MEXICO C.P. 5400 APDO. POSTAL 6
TEL. 5000 14 02 50 00 1540 FAX. 5000 1500 5000 1900

"EXPORT PACKING LIST"

SOLD TO: / VENDIDO A:
RICARDO CAMACHO SANCHEZ PUERTO 5 VALPARAISO CHILE

SHIPMENT DATE /	INVOICE
01 DICIEMBRE 2000	220573

BUQUE	CONTENEDOR
MEXZLOC11043	PONL SV-3697

SHIP TO: / EMBARCAR A:
PLASTICOS DE MEXICO SA DE CV AV 2 # 9 PARQUE INDUSTRIAL CARTAGENA, TULTITLAN, MEXICO

VIAJE	

SHIPPING DATA						
	DESCRIPCION DESCRIPTION	No. PALETS # PALETS	CAJAS SUELTAS LOOSE CTNS	CTNS PER PALLET	PZAS X EMPAQUE PC'S PER PACK	PIEZAS TOTALES TOTAL PIECES
4373	TRICICLO		1300		1	1300
		0	0			0

TOTAL NBR OF BOXES
130

TOTAL NBR OF PC'S:
130

TOTAL WEIGHT:
1290.75 KG/3166.98 LBS

COMMENTS:
SELLOS//SEALS: 130
567125&567126



PEDIMENTO DE EXPORTACIÓN

HOJA 1 DE 1

REF: 3438-13913
 FECHA DE PAGO 15.12.2000 No. DE PEDIMENTO: 3603-0004337
 TIPO OPERACIÓN: 2 CLAVE PEDIMENTO: A1 T. C. 9.60
 ADUANA/SEC 24-2 FACTOR MONEDA EXTRANJERA 1.0000
 FECHA ENTRADA 15.12.2000 TRANSPORTE 7. PESO 4082.00000
 R.F.C. CASR631125RG7 PAIS VENDEDOR G7 DE ORIGEN G7
 REEXPEDICIÓN POR TERCEROS No. PED. TRANSITO
 EXPORTADOR PLASTICOS DE MEXICO, S.A. DE C.V.
 DOMICILIO AV. 2. No. 9. PARQUE IND. CARGATENA
 CIUDAD/EDO. TULTITLAN CODIGO 54900
 FACTURAS/FECHAS/FORMA DE FACTURACIÓN/PROVEEDOR/DOMICILIO

220573

Sello de Caja

MARCAS, NUMEROS, TOTAL DE BULTOS - CONOCIMIENTOS, GULA O VEHICULOS NOS.
 S/N S/N PLATAFORMA # 4807310
 V. ME 411.125 V. DLS 42,825.00 FLETES 0 SEGUROS 0
 VALOR FACTURA INCREMENTABLES VALOR EN ADUANA FACTOR

NO ORDEN	DESCRIPCIÓN DE MERCANCIAS	PRECIO UNIT.	FACTURA	TASA	PP	IMPUESTO
	FRACCIÓN Y CANTIDAD	UNIDAD	CANT. IVA / U.M.T	EN ADUANA	VINC.	
	PERMISO(S) CLAVES / NUMEROS /	FIRMA	DLS	MVAL		
1	TRICICLOS DE PLASTICO G7 950100	PZ	1,300	42,825.00	0	0

CODIGO DE BARRAS

ACUSE DE RECIBO

CL2T5CNC

CONTRIBUCIONES

IVA 6,423.75

TOTALES:

EFFECTIVO 6,423.75
 OTROS
 TOTAL

AGENTE, NOMBRE, RFC Y FIRMA DE AGENTE ADUANAL
 081 ALEJANDRA CASTELLANOS SALAS CASA620415LXB

PLÁSTICOS DE MÉXICO, S.A. DE C.V.

ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA DEL 1 AL 31 DE DICIEMBRE DE 2000

ACTIVO	
Caja, Bancos e Inversiones	5,900
Clientes	35,000
Otras Cuentas por cobrar	6,000
Suma del Activo Disponible	<u>46,900</u>
Inventarios	26,000
Suma del Activo Circulante	<u>72,900</u>
Activo Fijo	42,000
Otros Activos	9,100
SUMA TOTAL DEL ACTIVO	<u>124,000</u>
 PASIVO	
Pasivo Circulante	55,000
Préstamos a Largo Plazo	9,000
SUMA TOTAL DEL PASIVO	<u>64,000</u>
 CAPITAL CONTABLE	
Capital Social	40,000
Utilidad del Ejercicio	20,000
SUMA TOTAL CAPITAL CONTABLE	<u>60,000</u>
 SUMA PASIVO + CAPITAL CONTABLE	 124,000

PLÁSTICOS DE MÉXICO, S.A. DE C.V.

ESTADO DE RESULTADOS AL 31 DE DICIEMBRE DE 2000

Ventas	56,364
Costo de Ventas	(34,560)
Utilidad Bruta	<u>21,804</u>
Gastos de operación	(1,700)
Resultado de operación	<u>20,104</u>
Otros gastos o productos	(61)
Utilidad antes de impuestos	<u>20,043</u>
ISR y PTU	(7,852)
UTILIDAD NETA	<u>12,191</u>