

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

10621
47a.



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE
MÉXICO
FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES CUAUTITLAN**

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPORTACIÓN

**"PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPORTACIÓN DE PECES
DE MADERA A SAN JOSE, COSTA RICA"**

TRABAJO DE SEMINARIO

QUE PARA OBTENER EL TITULO DE

LICENCIADA EN CONTADURÍA

P R E S E N T A :

LUZ ANGÉLICA GARCÍA DÍAZ

ASESOR M E JOAQUIN FLORES PAREDES

CUAUTITLAN IZCALLI, EDO. DE MEXICO

2003

M - 317111

1



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



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.

**TESIS CON
FALLA DE
ORIGEN**

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



LIBERTAD NACIONAL
AYUDA DE
MEXICO

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

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



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 para la Exportación

"Plan de Negocios para la Exportación de Peces de Madera a

San José, Costa Rica"

que presenta la pasante Luz Angélica García Díaz

con número de cuenta 8603272-2 para obtener el título de

Licenciada en Contaduría

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

ATENTAMENTE
"POR MI RAZA HABLARA EL ESPIRITU"

Cuautitlán Izcalli, Méx. a 15 de Noviembre de 2002

MODULO

PROFESOR

I

M.C.P José Luis Pérez García

II

L.E Raúl González Espinoza

IV

M.E. Joaquín Flores Paredes

FIRMA

2

AGRADECIMIENTOS

A Dios: Por haber permitido tener una familia maravillosa y culminar mi tesina.

A mis padres: David y Sara por ser los padres más bellos de todo el mundo y haberme inculcado el respeto, el amor y el trabajo.

A mis hermanos: David y Luis por haber apoyado a mi familia en los momentos más difíciles de nuestra vida y darme todo el apoyo en mis estudios, y a Armando, Germán y Elizabeth, por su amor y comprensión.

A mi esposo: Eduardo, por el amor y apoyo que siempre me ha demostrado en todo momento.

A Jack : Por ser el tesoro más grande que me ha dado la vida.

A la Universidad Autónoma de México, y en especial a la Facultad de Estudios Superiores Cuautitlán por haberme dado la oportunidad de alcanzar la Licenciatura en Contaduría.

A todas aquellas personas que me ayudaron, en la culminación de mi trabajo de seminario.

A mis profesores, por compartir sus conocimientos y experiencias en el campo laboral.

A Joaquín Flores Paredes, por el empeño puesto en la revisión de mi trabajo de seminario.

Gracias, a todos ellos.

Atentamente, Luz Angélica.

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPORTACIÓN DE PECES DE MADERA A SAN JOSÉ, COSTA RICA.

I N D I C E

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

INTRODUCCION
OBJETIVOS

1. CONTEXTO DEL COMERCIO EXTERIOR.

1 1	POLITICAS DE COMERCIO EXTERIOR DE MEXICO	10
1 1 1	DE LA POLITICA PROTECCIONISTA A LA APERTURA COMERCIAL	11
1 2	BALANZA DE PAGOS	16
1 2 1	ANALISIS DE LA BALANZA COMERCIAL DE MEXICO PARA EL PERIODO 1990-2001	21
1 3	PRODUCTOS MEXICANOS COMPETITIVOS EN EL MERCADO INTERNACIONAL	24

2. PROCEDIMIENTOS ADMINISTRATIVOS Y MARCO JURÍDICO.

2 1	REGIMEN FISCAL DEL COMERCIO EXTERIOR DE MEXICO	26
2 2	EL SISTEMA ARMONIZADO DE CODIFICACION Y DESIGNACION DE MERCANCIAS (SADCM) Y LOS INCOTERMS	29
2 3	LAS REGULACIONES ARANCELARIAS Y NO ARANCELARIAS	34
2 4	LOS TRATADOS COMERCIALES Y LAS REGLAS DE ORIGEN	37
2 5	DOCUMENTOS Y TRAMITES ADUANEROS QUE SE UTILIZAN EN LA EXPORTACION EN MEXICO	41
2 6	PROGRAMAS E INSTITUCIONES DE APOYO A LA EXPORTACION	44

3. ANÁLISIS ESTRATEGICO DE LA EMPRESA CON PERFIL EXPORTADOR.

3 1	EL PLAN DE NEGOCIOS DE EXPORTACION	47
3 2	ASPECTOS DEL PROCESO PRODUCTIVO	51
3 3	ANALISIS CONTABLE Y FINANCIERO	54
3 4	ANALISIS DE FODAS O SWOT	57
3 5	DIMENSIÓN DEL POTENCIAL EXPORTADOR DE LA EMPRESA	60
3 6	OFERTA EXPORTABLE	61

4. ELABORACION DEL PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPORTACION DE PECES DE MADERA A SAN JOSE, COSTA RICA.

4 1	ANALISIS ESTRATÉGICO DE LA EMPRESA Y DETERMINACION DEL MERCADO META	63
4 2	COMPETITIVIDAD DE LA EMPRESA Y SU PRODUCTO EN EL MERCADO META	70
4 3	CANALES DE COMERCIALIZACION EN EL MERCADO META	78
4 4	LOS INCOTERMS Y EL PRECIO DE EXPORTACION	81

4 5	LOGISTICA EN LA EXPORTACIÓN DE PECES DE MADERA AL MERCADO DE SAN JOSE. COSTA RICA	82
4 6	LOS DOCUMENTOS Y TRAMITES PARA LA EXPORTACION DE PECES DE MADERA A SAN JOSE. COSTA RICA	84
4 7	MEDIOS DE PAGO	92

CONCLUSIONES
BIBLIOGRAFIA

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

INTRODUCCIÓN

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

En los últimos años, la economía mundial ha experimentado cambios muy significativos, los cuales van dirigidos a convertir el comercio nacional en un comercio global basado en la nueva división internacional del trabajo.

Esta nueva tendencia de un mercado global empieza a tomar mayor fuerza con la firma de tratados de libre comercio, con la finalidad de diversificar las oportunidades de negocios a otros mercados, el libre flujo de las mercancías y la atracción de inversiones extranjeras.

Actualmente, México es el país que tiene mayor número de tratados de libre comercio firmados con otros países de todo el mundo.

Ante el marco anterior, el presente trabajo está dividido en cuatro capítulos, los tres primeros abarcan un marco referencial del contexto del comercio internacional hasta nuestros días con la llamada globalización económica. Se presenta un enfoque del desarrollo del comercio internacional en nuestro país y las políticas de comercio exterior a las que México ha recurrido y que han impactado la balanza de pagos de nuestro país, así mismo se hace un análisis de la balanza comercial de México del periodo de 1990 al 2001.

Se expone el marco jurídico del comercio exterior de nuestro país, las instituciones relacionadas con la actividad exportadora, así como los documentos y trámites que se utilizan para llevar a cabo una exportación mexicana.

Con la apertura económica que está sufriendo nuestro país y el mundo entero, en el capítulo tres se explica la necesidad de que las empresas medianas y pequeñas principalmente, cuenten con un plan de negocios para la exportación, que les permitan tener éxito en la actividad exportadora y el poder diversificar sus mercados a nivel mundial, aprovechando los tratados de libre comercio que México ha suscrito con otros países.

Por último en el capítulo cuatro se aterriza en un caso práctico lo expuesto en los capítulos anteriores. El caso práctico es de una empresa ficticia llamada Artesanías Yucatán S.A. de C.V., dedicada a la comercialización de artesanías que se producen en Yucatán, y se elabora su plan de negocios para determinar la viabilidad de exportar peces de madera a Costa Rica. Finalmente, se presentan

los documentos que solicitan las autoridades aduaneras para realizar la exportación y se determina el medio de pago acordado con el importador ficticio.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Objetivo General.

1. Elaborar un plan de negocios de exportación con el propósito de ofrecer una guía de consulta a las empresas que se dedican a la fabricación de peces de madera o artesanías mexicanas y de esta forma aprovechar los convenios que México ha suscrito con otros países.

Objetivos Particulares.

1. Analizar el mercado de destino, para el producto de peces de madera, con un precio competitivo.
2. Determinar la competencia en el mercado elegido.
3. Analizar si la unidad productiva cuenta con una capacidad exportadora.
4. Analizar si el producto a exportar tendrá aceptación en el mercado seleccionado.
5. Analizar el proceso de exportación, al mercado seleccionado

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

1. CONTEXTO DEL COMERCIO EXTERIOR.

El comercio internacional se remonta a épocas muy lejanas, claro está que en un principio no existía una delimitación de las fronteras y de los conceptos de importación y exportación como se acostumbra hoy en día. "Tampoco una gran parte de las trabas y de las dificultades que modernamente diferencian al comercio interior del exterior habian hecho su aparición; pero la esencia del tráfico de mercancías entre zonas geográfica y políticamente distintas es la misma desde hace muchos siglos."¹

En la Edad Media se da un intercambio comercial entre las diferentes unidades políticas de esa época . el florecimiento de algunas ciudades (Génova, Venecia, Barcelona) se debe en gran parte a que la clase dirigente utiliza el comercio como promotor del poder.

A finales de la época feudal, con la aparición de los Estados y la introducción del comercio a los continentes como América y Asia, se crean las bases del capitalismo comercial, también conocida como etapa mercantilista. Durante esta etapa se da un freno al comercio, debido a que su doctrina económica se sustentaba en el fomento de las exportaciones (obtención de una balanza comercial favorable) y a la restricción de importaciones (establecimiento de aranceles altos) con la finalidad de la constitución de un Estado rico y poderoso que acumulara los metales preciosos.²

Sin embargo con la aparición de la escuela clásica la concepción anterior sobre el comercio cambia, es la primera en establecer una teoría integral del comercio, conociéndose a Adam Smith y David Ricardo como los padres de la economía clásica. Abogaban por la división internacional del trabajo, el libre comercio, y la no intervención del Estado en la economía. Basados en estas ideas muchos países de la época como Gran Bretaña, principal potencia económica, eliminaron los impuestos y gravámenes, que en la etapa mercantilista, se habían establecido a la importación de mercancías. Este pensamiento económico predominó a lo largo del siglo XIX, pero a finales del mismo surgen debates entre quienes consideraban proteger sus mercados de los productos extranjeros y los que abogaban por la libertad de

¹ Granell, Trias Francisco, La Exportación y los Mercados Internacionales, Editorial Hispano Europea, Barcelona España 1971, p. 20

² Torres, Gaytan Ricardo, Teoría del Comercio Internacional, Siglo Veintiuno editores, México, 1975, p.29.

comercio, es así que los países comienzan a cerrar sus fronteras a las importaciones y al establecimiento de aranceles altos. Con el estallido de la primera Guerra Mundial se acelera el proceso del cierre de las fronteras a los productos extranjeros, con el fin de proteger la economía nacional de la competencia que se generaba con la introducción de los mismos; a este pensamiento económico se le denominó "teoría del proteccionismo o régimen de protección"³. Pero no es sino hasta finales de la segunda Guerra Mundial que los países ganadores, comienzan a establecer las bases para la reactivación del comercio internacional; conformándose así una serie de organismos "en pro de una mejor integración de los pueblos a través de los intercambios no solamente comerciales, sino también culturales y de otra índole"⁴. Es así que se crea el Acuerdo General sobre Aranceles y Comercio (GATT) "y que a partir de 1995 se transformó en la Organización Mundial del Comercio (OMC)"⁵, siendo en la actualidad el principal organismo regulador del comercio internacional. El GATT en un principio tuvo gran éxito, porque buscaba la eliminación de los aranceles que obstaculizaban el desarrollo comercial entre los países, aprovechando las ventajas comparativas de los mismos, ante este panorama a partir de los años cincuenta y sesenta se da un auge de las empresas transnacionales que aprovecharon la nueva división internacional del trabajo. En los años ochenta con la caída del muro de Berlín, el libre flujo de mercancías y capitales, el desarrollo tecnológico y de las comunicaciones y la conformación de bloques comerciales, fueron elementos cruciales para la aceleración del fenómeno conocido como globalización económica.

Globalización económica

Una de las expresiones que a finales del presente siglo se ha venido a inscribir en el uso común es el de Globalización Económica, siendo definida por Joaquín Estefanía como "el proceso por el cual las economías nacionales se integran progresivamente en el marco de la economía internacional, de modo que su evolución dependerá

³ Op.Cit. p.22

⁴ Ibidem, p. 23

⁵ Flores, Paredes Joaquín, El Contexto del Comercio Exterior en México, UNAM, México 2001, p.29.

cada vez más de los mercados internacionales y menos de las políticas económicas gubernamentales.”⁶

El tema de la globalización ha traído una serie de disputas, de economistas e historiadores, en cuanto a su origen. Algunos autores sostienen que la globalización es algo nuevo, “para otros, se remonta al siglo XVI, con el inicio del colonialismo; para otros, al advenimiento de las empresas internacionales; y para otros aún, la globalización se inicia con la supresión de los tipos de cambio fijos o con el colapso del bloque oriental.”⁷ Y sin llegar al extremo otros autores la han llegado a detectar cinco mil años atrás.

El proceso de globalización económica tomó un gran impulso en la década de los ochenta debido, en primer lugar, al desmoronamiento del bloque de repúblicas socialistas con la caída del muro de Berlín, y en segundo lugar, influyeron en este proceso los cambios tecnológicos registrados en las comunicaciones y el transporte, que facilitaron el intercambio de bienes y servicios en escala mundial. Estos cambios influyeron también en la evolución de un sistema financiero global, en el liderazgo de las empresas transnacionales, en las inversiones, la producción y el comercio mundial. La aceleración del proceso de globalización como fenómeno mundial, se ha venido a destacar a finales del siglo XX en primer término, por la internacionalización de la economía representada por la aceleración de la apertura comercial y el intercambio de mercancías y servicios, en segundo lugar, se da el fenómeno de la transnacionalización de las economías emergentes, representada por la creciente presencia del capital a través de unidades productivas, en función del aprovechamiento de las ventajas comparativas y naturales, que determinaron su ubicación espacial. En esta fase el Estado va perdiendo su ingerencia sobre la economía. Y por último a los avances tecnológicos y de comunicación, que han provocado un desplazamiento sin fin de información a todo el mundo. Hoy en día, no existe un consenso global sobre cuál será el futuro de la globalización, por ser un fenómeno en vertiginoso desarrollo, relativamente de reciente estudio. Algunos especialistas de la materia consideran que este proceso es

⁶ Estefanía, Joaquín, La Nueva Economía, Editorial Debate, 3ª. Edición, España 1997, p.11.

⁷ Ulrich Beck, “Que es la Globalización”, Ediciones Paidós Iberica, 1ª. Edición, Barcelona 1998, p.41.

TESIS CON FALLA DE ORIGEN

una oportunidad de los países subdesarrollados para salir de su atraso estructural y consolidarse como un país desarrollado. Sin embargo existen otros especialistas que dudan de las bondades de la globalización, indicando que la misma es excluyente porque los países que no estén preparados para enfrentar a la competencia internacional restarán toda posibilidad de desarrollo, en consecuencia, se generará una desigualdad regional, la exclusión social, y el enriquecimiento de los países más competitivos.

Ante esta situación inevitable, los gobiernos deberán preocuparse por estar preparados para enfrentar el impacto que puede devenir de la "creación de un mundo sin fronteras y de una cultura compartida"⁸. En todo caso, deberán lograr la competitividad productiva y tener la posibilidad de ofrecer al capital extranjero las mejores condiciones internas para su instalación y no quedar desplazados del círculo de los globalizadores.

1.1. POLÍTICAS DE COMERCIO EXTERIOR DE MÉXICO.

México ingresó al GATT a finales de 1985 dejando atrás la política comercial del proteccionismo para sumarse al fenómeno de la globalización económica, pero para llegar a insertarse en esta nueva tendencia, ha tenido que pasar por un largo proceso de políticas de comercio exterior.

Se puede hablar de comercio exterior en México cuando consigue su independencia de la Nueva España en el año de 1824 cuando el Congreso Constituyente de la República aprueba el Acta Constituyente de la Federación, considerándose así como una nación con capacidad jurídica y convirtiéndose en sujeto de contratación.

Existe un precedente histórico antes de que México independiente inicie su comercio exterior. En la época Colonial, con la conquista de México por Hernán Cortés, la Nueva España se dedicó a saquear los recursos naturales y a comercializar esclavos con otros países. En esa época preponderaba el pensamiento económico del mercantilismo, es por eso que la Nueva España se dedicaba a acumular metales

⁸ Moya, Palencia Mario, México y el Pensamiento Único, Grupo Editorial Miguel Ángel Porrúa, México 1999, p.50.

TESIS CON FALLA DE ORIGEN

preciosos y a mantener una balanza comercial favorable fomentando las exportaciones de los productos que saqueaban de las tierras conquistadas.

Con la consumación de la independencia de México, en 1821 y hasta 1867, se da un proceso de construcción del país, suscitándose en este periodo dos intervenciones la Francesa y la de EE.UU., perdiéndose en esta última más de la mitad del territorio nacional. Una vez más México, en su lucha por retomar el desarrollo económico (1867- 1876), comienza a intercambiar metales preciosos y algunos productos agrícolas por maquinaria, armamentos, tela , productos manufacturados, y papel. Sus principales proveedores eran Inglaterra, Francia y Estados Unidos de Norteamérica.^{9 10}

Durante la época del Porfiriato de 1876 a 1910, como política económica se da una apertura del mercado nacional y un impulso a la inversión extranjera; a pesar del crecimiento de la economía, México seguía exportando sus recursos naturales y algunos productos agropecuarios. La riqueza que se concentraba en un pequeño sector de la sociedad, el régimen político autoritario y la lucha por la posesión del petróleo son causas para que se inicie el movimiento revolucionario.

A pesar del movimiento revolucionario comprendido de 1910 a 1917, no se da un estancamiento del comercio exterior del petróleo, ya que la explotación estaba en manos extranjeras y se veía intensificada con el estallido de la primera guerra mundial en 1914.

En el periodo de 1917 a 1940 se da la Reconstrucción Nacional, intensificándose las importaciones de productos manufacturados de consumo e intermedios contra las exportaciones petroleras. Siendo su principal proveedor EE.UU. Con la gran depresión económica de EE.UU. en 1929 se da una contracción de los mercados, volviéndose a reactivar el comercio hasta el año de 1934.

1.1.1. De la Política Proteccionista a la Apertura Comercial.

En México la política comercial ha tratado de proteger a la producción nacional mediante varios mecanismos como son: el arancel, el permiso previo de importación

⁹ Ibidem. p.69

¹⁰ Tardiff, Guillermo. Historia General del Comercio Exterior Mexicano. Gráfica Panamericana S de RL, Mexico, 1968, p.20.

TESIS CON FALLA DE ORIGEN

y el precio oficial. La política comercial se define como "el conjunto de medidas gubernamentales que afectan la dirección y el volumen del comercio internacional con el fin de reasignar el consumo y la producción, captar recursos para el erario público y/o influir en los resultados de la Balanza de pagos del país."¹¹

"Desde el inicio de los años cuarenta hasta el año de 1982, México siguió un modelo de desarrollo fincado en las sustitución de importaciones, la orientación hacia el mercado interno y la fuerte participación del Estado en la actividad económica. El desarrollo industrial de México, en el que se basó desde los años cuarenta no era ya una opción viable, es cierto que había logrado impulsar la producción manufacturera, pero al producir para un mercado cautivo, los empresarios nacionales y extranjeros beneficiados con el proteccionismo del Estado, no se preocuparon por invertir en tecnología que mejorara los índices de calidad de los productos mexicanos teniendo en consecuencia una producción escasa, cara y de mala calidad. Contrastaba además con estrategias exitosas aplicadas en ese mismo tiempo por países asiáticos como: Tailandia, Singapur y Taiwán que habían basado su crecimiento económico en un contexto del libre comercio internacional exportando manufacturas que requerían de escasa inversión y poco desarrollo tecnológico, aprovechando ventajas competitivas con la abundancia de materias primas y mano de obra barata."^{12 13}

Bajo la administración de José López Portillo en el año de 1979, se planteó la necesidad de que México ingresara al GATT, (Acuerdo General de Aranceles y Comercio) dejando de lado la economía cerrada para incorporarse a través de este organismo al comercio internacional, sin embargo los empresarios nacionales consideraron riesgosa tal medida, pues significaba enfrentar la competencia extranjera y dadas las condiciones de nuestra industria manufacturera, aquello se traduciría en cierre de empresas y por lo tanto desempleo; ante tal escenario el gobierno decidió mantener el proteccionismo sobre el sector industrial.

Con la llegada de Miguel de la Madrid Hurtado(1982-1988) a la presidencia, se vuelve a plantear la apertura comercial con el mercado externo; sufriendo una serie

¹¹ Instituto Mexicano de Comercio Exterior, Academia de Arbitraje y Comercio Internacional, El Comercio Exterior de México I, Siglo XXI editores, primera edición 1982, México, p.455.

¹² Rico, Roberto, Reygadas, Luis, Globalización Económica y DF, Plaza y Valdés editores, México, 2000, p.16.

¹³ www.cegs.itesm.mx/hdem/trans_demo.htm

de cambios y transformaciones el Estado Mexicano, dejando atrás las políticas de sus antecesores y dando entrada a las políticas financieras del Fondo Monetario Internacional y el Banco Mundial, con el fin de abrir la economía mexicana al mercado mundial y sumarse a la globalización económica. México pone fin al proteccionismo, incorporándose al organismo de comercio mundial a finales de 1985 (GATT).

De acuerdo al planteamiento de la corriente neoliberal, originada en los Estados Unidos en los años sesenta, la crisis que vivían países como México se debía fundamentalmente a la excesiva participación del Estado en la economía, pues se había generado una enorme burocracia que consumía la mayor parte de los recursos obtenidos por el sector público, la administración pública era ineficiente pues se recurría constantemente al déficit presupuestal acentuado por los actos de corrupción, la producción de las empresas públicas eran incapaces de enfrentar la competencia y el proteccionismo sólo había generado una industria costosa y de mala calidad. Ante tal situación las recomendaciones eran: el adelgazamiento del sector público a través de la privatización de empresas propiedad del Estado, la implementación de políticas austeras en el gasto público, reducir la burocracia, poner fin a las prácticas populistas como el otorgamiento de subsidios, ajustar los gastos sociales y la inversión a la realidad económica y el establecimiento de la apertura comercial; medidas que según economistas y administradores egresados de las universidades norteamericanas, entre los que se encontraba Miguel de la Madrid y sus asesores financieros, propiciaría el regreso de capitales expatriados y el aumento de la inversión extranjera que junto a una renegociación de la deuda externa en condiciones favorables, lograría detener el endeudamiento e iniciar el crecimiento económico con estabilidad.¹⁴

Los cambios se iniciaron a partir de 1982 de manera gradual acelerándose a partir de 1988, bajo la administración de Carlos Salinas(1988-1994) quien concretó la venta de importantes empresas de propiedad estatal como la banca, nacionalizada en tiempos de López Portillo, la liberación de los mercados financieros, y la privatización de Teléfonos de México, al igual que se hicieron diversas reformas constitucionales.

¹⁴ Op. Cit. p.9.

Se aceleró la apertura comercial en el sexenio 1988- 1994, se logró la firma del Tratado de Libre Comercio con Estados Unidos y Canadá, convenio que de manera definitiva lograba la integración económica de México a la economía global al formar parte de uno de los bloques económicos con mayor número de consumidores. Durante la administración de Ernesto Zedillo, se da una contracción de la economía con la devaluación de nuestro peso con el denominado "error de diciembre" en 1994, debido al mal manejo de las finanzas públicas, así como los efectos adversos que predominaban en el ámbito internacional, viéndose afectada tanto nuestra economía nacional como internacional.

✓ México y el proceso de globalización.

Con Miguel de la Madrid Hurtado en la presidencia de México, a partir de 1982 se inicia una serie de cambios estructurales en el país "con el fin de abrir la economía nacional al mercado mundial e integrarse a las tendencias globalizadoras."¹⁵ Estos cambios implican modificaciones profundas en la concepción del Estado Mexicano y en las funciones que desarrollará en el futuro (se abandona el proteccionismo, se venden paraestatales, se reduce el gasto social y México ingresa en el año de 1986 al GATT); se empiezan a dar nuevas alianzas entre partidos políticos, empresarios, los Estados Unidos de Norteamérica y la Iglesia Católica. Estos cambios se profundizan durante el gobierno de Carlos Salinas de Gortari (1988-1994) y corresponden, en el tiempo, al fenómeno mundial de la así llamada globalización económica.

México en el contexto de la globalización, ha tenido que sujetarse a los nuevos esquemas dictados por el Banco de México y el Banco Interamericano de Desarrollo, obedeciendo a todo un proyecto internacional fijado por los países más poderosos a través de estos organismos.

Los cambios estructurales que ha dictado el Banco Mundial y el Banco Interamericano hacia México, con la finalidad de crear las condiciones óptimas para dar pie a la entrada de grandes capitales, han tenido serias repercusiones en nuestra economía.

¹⁵ Rico, Roberto Reygadas Luis, Globalización Económica y DF, Plaza y Valdés Editores, México 2000, p.200.

Estas repercusiones se detectan en el deterioro de los sectores productivos, la contracción salarial, el desempleo y la contracción del gasto social, lo que ha llevado al país a niveles de pobreza y pobreza extrema. Productos de la desigualdad del fenómeno de la globalización en nuestro país son la inestabilidad política y los movimientos sociales, uno de ellos es el originado en el sureste de nuestro país (Chiapas), protagonizado por el llamado Ejército Zapatista de Liberación Nacional (EZLN).

"El Banco Mundial y el Banco Interamericano de Desarrollo han tenido que reconocer los grandes costos sociales que han traído consigo la reforma estructural de México para su integración al mercado mundial; pero lejos de cuestionar sus políticas de ajuste, pretenden resolver la exclusión social suscitada por medio de programas sociales de ayuda a los pobres."¹⁶

La economía mexicana se globaliza reproduciendo el esquema de inclusión/exclusión donde los beneficiados de esta tendencia son pequeños grupos sociales principalmente las transnacionales y los que están excluidos son grandes capas de la sociedad por colocarse en una situación de pobreza.

A través de la apertura comercial y de la inevitable tendencia globalizadora, la industria nacional ha sido la más afectada ya que estuvo enfocada a satisfacer el mercado nacional y le ha sido muy difícil la reconversión hacia el mercado exterior. Con la eliminación gradual de las barreras arancelarias y del régimen de inversiones extranjeras la industria nacional se ha ido debilitando, hasta el punto de que algunas industrias han tenido que cerrar, a su vez se ha visto afectado el mercado interno por la baja de salario real

"La apertura económica de México ha dado lugar a un nuevo modelo de acumulación en el que el eje dinámico es la especialización productiva para el mercado externo, en un nuevo esquema de flujos financieros y una recomposición de la división internacional del trabajo."¹⁷

La estrategia económica que ha seguido México para su incorporación a la globalización económica, ha sido la firma de los tratados comerciales de libre

¹⁶ Op.Cit. p. 220.

¹⁷ Ibidem, p.232.

comercio, permitiendo enfrentar la creciente competitividad mundial y asegurar un crecimiento económico sostenido en el corto y largo plazo.

Desde la década de los años noventa, México ha firmado diez tratados de libre comercio en tres continentes.

Tratados	Entrada en vigor
TLC con Estados Unidos y Canada	1° enero de 1994
TLC con Venezuela y Colombia	1° enero de 1995
TLC con Costa Rica	1° enero de 1995
TLC con Bolivia	1° enero de 1995
TLC con Nicaragua	1° julio de 1998
TLC con Chile	1° agosto de 1999
TLC con la Union Europea (TLCUE)	1° julio de 2000
TLC con Israel	1° julio de 2000
TLC con Honduras, El Salvador y Guatemala	15 marzo de 2001
TLC con Noruega, Suiza, Islandia y Liechtenstein	1° julio de 2001

Fuente: *Guía Básica del Exportador*. BANCOMEXT, p. 102-119

Los logros que obtenga México, con la inserción de la globalización y el aprovechamiento de las firma de los TLC se verán reflejados en las cifras que arroje la balanza de pagos de nuestro país.

1.2. BALANZA DE PAGOS.

Al igual que las empresas registran y analizan sus transacciones económicas y se representan en sus estados financieros (Balance General, Estado de Resultados, principalmente) para la evaluación de su trayectoria y el establecimiento de estrategias para su crecimiento. Asimismo los países deben registrar todas sus transacciones económicas a nivel nacional e internacional que les permita establecer políticas monetarias y estrategias para el crecimiento del mismo. El documento utilizado para este fin es conocido como; Balanza de Pagos.

El término de balanza de pagos como instrumento económico no es de reciente creación. Los primeros en utilizarlo fueron los mercantilistas, considerando la riqueza de una nación en la acumulación de metales preciosos y en el mantenimiento de una balanza con saldo favorable a través de la estimulación de las exportaciones y la restricción de las importaciones.

Sin embargo, es hasta la segunda Guerra Mundial que los países comienzan a poner mayor interés en conocer con más precisión las transacciones económicas que se realizaban, este interés surgió en un principio por el desastre que imperaba en esos momentos y que puso en peligro el orden monetario vigente de esa época, dando como resultado la creación de organismos como el GATT que fomentaban la relación de los países en términos comerciales para la reactivación de la economía.

Ante la necesidad de establecer lineamientos para la organización de datos económicos de una manera sistemática, con el objeto de facilitar el análisis y la comparación de las relaciones económicas internacionales de los países; la Liga de las Naciones es la primera en fijar principios y conceptos en materia de balance de pagos y su obra fue continuada después, por el Fondo Monetario Internacional; este último organismo estableció un sistema de contabilidad uniforme de balanza de pagos, cuyas reglas y principios se han dado a conocer mediante la publicación "Manual de Balanza de Pagos del Fondo Monetario Internacional". Asimismo realiza tres publicaciones periódicas donde ofrece estadísticas a la mayoría de los países del mundo.

En cada país, en lo general, el organismo encargado de publicar la Balanza de Pagos es el Banco Central. "La balanza de pagos de un país determinado consiste en un registro sistemático, de carácter contable, de todas las transacciones económicas que se realizan entre los residentes del país en cuestión (ya sea el Estado, las empresas o los particulares), con los restantes países extranjeros durante un periodo determinado de tiempo, el cual suele ser de un año calendario."¹⁸ De la definición de balanza de pagos se desprenden los siguientes puntos:

• *Documento contable.* Es equiparable al balance general de una empresa, en base al cual se toman decisiones que pueden afectar la economía de un país. Se determina un resultado a favor o en contra (déficit o superávit).

• *Registro de transacciones económicas.* Las transacciones económicas son un intercambio de valor, las cuales pueden ser: una transferencia de dominio sobre un bien a cambio de un pago estipulado; la prestación de servicios a cambio de un

¹⁸ Jiménez, Bermejo Patricio, Finanzas Internacionales, Editorial Jurídica Conosur, Santiago de Chile 1998, p. 97.

pago o bien y la transferencia de derechos sobre un activo a cambio de un retorno establecido (un crédito, la venta de una empresa, etc.). Dentro de las transacciones económicas podemos distinguir dos aspectos. Las Bilaterales (se recibe algo y se entrega algo) y la Unilaterales (donde se recibe algo sin nada a cambio) ejemplo de este último pueden ser: las remesas que efectúan los emigrantes, las donaciones o el gasto militar.

↪ *Sistemático*. - El registro de las operaciones se lleva través de un proceso uniforme que establece el Fondo Monetario Internacional, mediante una publicación denominada "Manual de Balanza de Pagos:"

↪ *Residentes de un país*. Son los principales actores, refiriéndose a empresas, individuos, o Estado, los cuales compran o venden productos o servicios con otros países.

↪ *Periodo contable* - El periodo contable que manejan todos los países de acuerdo a las reglas del Fondo Monetario Internacional debe de ser de un año calendario. Teniendo así los empresarios y los países un instrumento de análisis para poder tomar decisiones en futuras inversiones.

► Estructura de la balanza de pagos

"Una adecuada presentación y clasificación de las cifras provenientes de las transacciones económicas que realiza un país con el resto del mundo es un hecho que reviste gran utilidad. Esto permite al analista económico una rápida y precisa interpretación de los acontecimientos acaecidos en el campo de la economía internacional, sin tener que acudir a una tediosa búsqueda de los datos relevantes."¹⁹

La balanza de pagos se conforma por cuatro secciones:

↪ *La Cuenta Corriente* La cuenta corriente está integrada por la balanza comercial y la balanza de servicios, en la primera se registran las transacciones de importaciones y exportaciones de mercancías con otros países; la segunda, está conformada por las importaciones y exportaciones de servicios con otros países.

¹⁹ García, Norberto. El Balance de Pagos, Ediciones Macchi SA, Buenos Aires 1972, p.13.

✓ *La Cuenta de Capital.* Se registran las entradas (préstamos recibidos del exterior, inversión extranjera, donaciones) y salidas de capital (pago de deuda externa, repatriación de capitales y préstamos otorgados) de un país en un tiempo determinado. "Las transferencias que recibe un país del resto del mundo constituyen las entradas de capital, mientras que las transferencias que hace una economía a otros países componen las salidas de capital."²⁰

✓ *Errores y Omisiones.* Es una cuenta de ajuste económico, donde se registran los ingresos o egresos realizados no oficialmente. Un valor negativo representa una "fuga de capitales o de contrabando de una economía, es decir salida de divisas."²¹ Por otro lado si muestra un valor positivo significa una entrada de dinero no oficial al país, como pueden ser la venta de contrabando o de artículos ilegales al exterior o de las remesas enviadas por trabajadores ilegales en el extranjero.

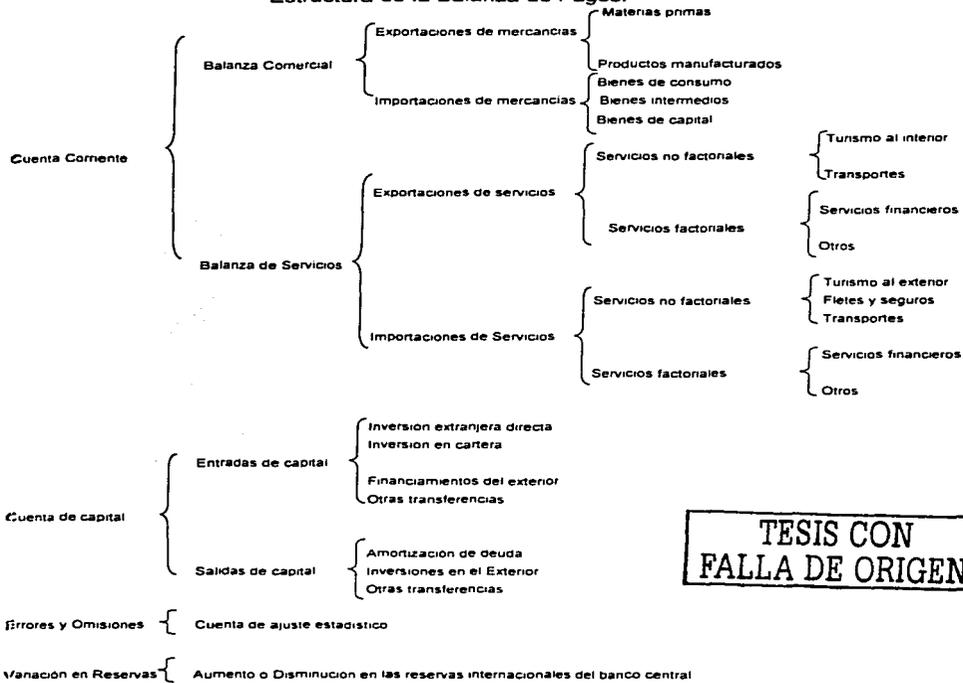
✓ *Variación en Reservas.* Está conformada por el aumento o disminución de las reservas internacionales del Banco Central. También es conocida como el saldo en balanza de pagos, siendo el saldo resultante de la cuenta corriente y la cuenta de capital.

A continuación se muestra en el siguiente cuadro la estructura de la balanza de pagos.

²⁰ Loyola, Alarcón Dr. José, Desequilibrio Externo y Crisis Económica en México. Editorial PAC, México 1995, p. 7.

²¹ Op. cit. p.10.

Estructura de la Balanza de Pagos.



**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

La balanza de pagos es un instrumento importante para el análisis de la situación económica de un país. México ha utilizado esta interpretación para el establecimiento de las políticas de comercio exterior.

1.2.1. El Análisis de la Balanza Comercial de México para el periodo de 1990-2001.

A lo largo de su historia, México ha sido un país que ha mantenido un déficit en la balanza de pagos, principalmente en el rubro de la cuenta corriente, trayendo en consecuencia que el país recurra al endeudamiento externo y a estimular la inversión extranjera para lograr por lo menos un superávit en la cuenta de capital. Para que nuestro país arroje un superávit en la cuenta corriente, debe estimular las exportaciones lo que conllevaría a mejorar la calidad y el precio en el mercado exterior. La inflación en nuestro país y el alto costo de la tecnología de punta son factores importantes, a los que se enfrentan hoy en día los empresarios para que su producto sea competitivo en cuanto a calidad y precio en el mercado mundial.

A continuación se muestra la balanza de pagos de México del periodo de 1990 a 1995 y del periodo de 1996 a 2001, en forma resumida para su análisis.

Balanza de Pagos de México (1990-1995)

Concepto	1990	1991	1992	1993	1994	1995
Cuenta Corriente	\$(7,113.90)	\$(13,789.00)	\$(24,804.40)	\$(23,399.20)	\$(29,419.40)	\$(1,576.70)
Cuenta de Capital	\$8,163.60	\$24,134.00	\$26,542.30	\$32,582.10	\$14,584.20	\$15,405.00
Errores y Omisiones	\$2,183.20	\$(2,208.00)	\$(564.60)	\$3,142.30	\$(3,556.10)	\$(4,238.20)
Variación de Reserva	\$3,232.90	\$8,137.00	\$1,173.30	\$6,040.60	\$(18,387.30)	\$9,590.70

Fuente: Banco de México, Informes Anuales (cantidades expresadas en millones de dólares)

En la balanza de pagos de México, la mayor oferta y demanda de divisas, está representada por las exportaciones e importaciones. Así durante los últimos tres años se observa que hubo una mayor demanda de divisas, intensificada principalmente por la apertura comercial que se da en nuestro país y reflejándose en un excedente de las importaciones con respecto de las exportaciones, pero el déficit de la cuenta corriente que hasta 1993 fue compensado con la cuenta de capital, en 1994 ésta no cubre ni el 50% del déficit de la cuenta corriente de ese año. Es importante destacar que de 1990 a 1994 hay un aumento del déficit de la cuenta corriente de 25,459.20 millones de dólares, esto se debió principalmente a la apertura del mercado y a la incorporación de México al GATT; asimismo la Cuenta

de Capital se vió afectada por lo anterior, teniendo un aumento significativo de inversión extranjera en nuestro país hasta 1993, pero en 1994 hay una disminución considerable de estas inversiones de menos del 55%, en gran parte se debió a la inestabilidad política del país, a las grandes tasas de inflación y a la corrupción, esto provocó que el país ante tal presión viera disminuida la reserva nacional por la cantidad de 18 millones de dólares y nos enfrentáramos a finales del año de 1994 a una crisis financiera es decir a una devaluación de nuestro peso.

Balanza de pagos de México (1996-2001)

Concepto	1996	1997	1998	1999	2000	2001
Cuenta Corriente	\$(2,330.30)	\$(7,448.40)	\$(16,089.80)	\$(14,325.10)	\$(17,689.90)	\$(17,457.10)
Cuenta de Capital	\$4,069.20	\$15,762.70	\$17,652.10	\$14,335.60	\$17,919.70	\$22,707.00
Errores y Omisiones	\$34.60	\$2,197.20	\$576.10	\$581.60	\$2,594.40	\$2,075.10
Variación de Reserva	\$1,773.60	\$10,511.50	\$2,135.40	\$592.20	\$2,824.20	\$7,325.00

Fuente: Banco de México, Informes Anuales. (cantidades expresadas en millones de dólares)

El inicio del nuevo sexenio encabezado por el entonces presidente Ernesto Zedillo, comienza con una reducción de la cuenta corriente de 27 millones de dólares, en función de la crisis financiera que se presenta en ese entonces, provocando la disminución de importaciones y exportaciones y la contracción del mercado nacional. La cuenta de capital cubre con un gran margen el déficit de la cuenta corriente hasta la mitad del sexenio. El déficit de la cuenta corriente de 1995 a 2000 superó los 16 millones de dólares, en un principio por la firma del TLCAN, y el alto índice de importaciones. La recuperación de la cuenta de capital se debió principalmente al gran ambiente de confianza que se generó por las elecciones presidenciales para el nuevo gobierno.

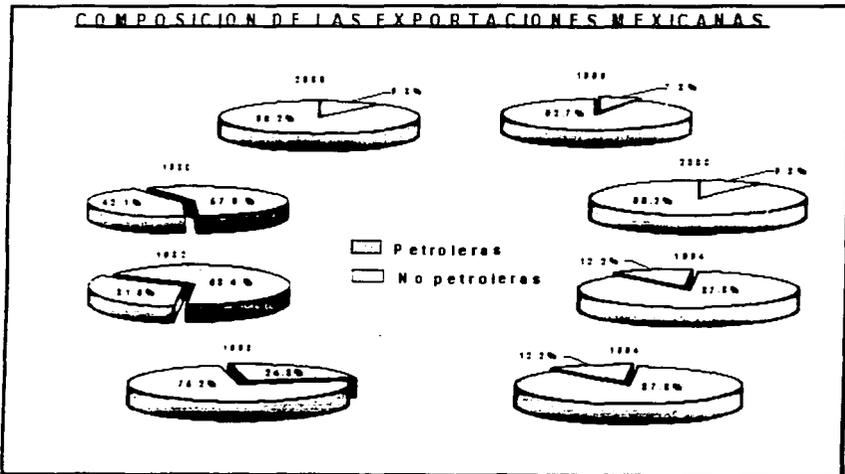
Las exportaciones mexicanas han jugado un papel importante para el desarrollo del país; como se muestra en el siguiente gráfico a partir del proceso de apertura comercial que México ha sufrido paulatinamente, del año de 1994 al 2000, las exportaciones mexicanas registraron una tasa media de crecimiento de un 18.2%, finalizando en el 2000 con ventas al exterior de 166 millones de dólares y para el año

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

2001 hubo un decremento del 4.73% debido a la desaceleración de la economía estadounidense.

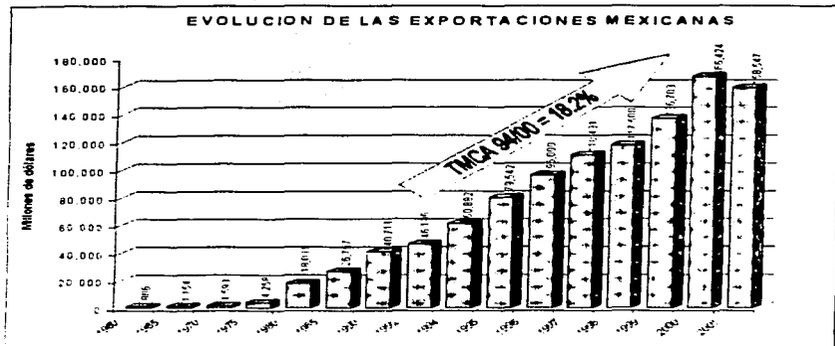
Para el año de 1995 las exportaciones mexicanas estaban conformadas principalmente por el petróleo; actualmente nuestras exportaciones están representadas principalmente por productos manufacturados y el petróleo que antes era la principal fuente de ingresos del país, actualmente conforma menos del 10% de las exportaciones.

Para el año 2000 México ha alcanzado el octavo lugar en exportaciones a nivel mundial y el primero en América Latina, pero es importante destacar que más del 90% de las exportaciones mexicanas son realizadas por empresas transnacionales.



Fuente: www.economia.gob.mx/?P=718

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**



fuelle www.economia.gob.mx/PP=718

1.3 PRODUCTOS MEXICANOS COMPETITIVOS EN EL MERCADO INTERNACIONAL

En un mundo globalizado, la competitividad es uno de los factores más importantes para poder hacer frente a esta realidad. La competitividad de una nación "es el nivel en que esta puede, en condiciones de mercado libres y justas producir bienes y servicios que cumplan con las exigencias del mercado internacional y que mantengan y amplien los ingresos reales de sus ciudadanos."²²

Para que un gobierno pueda ser competitivo y ofrezca a la inversión extranjera un mercado atractivo deberá depender en gran parte de los siguientes factores: la dotación de recursos naturales, la infraestructura (carreteras, transporte, comunicaciones, puertos y aduanas), el sistema educativo, el desarrollo tecnológico, y la legislación tanto interna como externa y por último podríamos mencionar los convenios celebrados con distintos países.

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

²² Día de Bancomext en la F.I.E.S. Cuautitlan, Retos y Oportunidades del Comercio Exterior de México.. Lic. Avendaño, Rafael, Conferencia Internacional, noviembre, 2002.

La competitividad de una empresa, "es el nivel en la que ésta puede producir o distribuir bienes y servicios que satisfagan plenamente las necesidades, deseos y/o expectativas de los clientes demandantes."²³

En lo referente a los retos del empresario, deberá hacer un estudio concienzudo sobre la estructura de su empresa, determinando sus fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, determinando la capacidad económica, productiva y tecnológica; a la vez deberá realizar un estudio para seleccionar el producto a exportar, en cuanto a diseño, calidad, presentación, precio, embalaje, etc. y la determinación del mercado meta. También deberá elaborar un estudio de mercadotecnia para la promoción y venta del producto, así como el establecimiento de condiciones de venta y servicios proporcionados. En resumen, el empresario deberá elaborar un Plan de Negocios que le permita establecer el producto, el mercado al cual exportar y prever todas situaciones que se deriven de la exportación de su producto.

El mercado nacional deberá enfrentar la competencia internacional de productos y servicios a precios accesibles y de excelente calidad, es por eso que tanto el Gobierno y el empresario mexicano deberán estar preparados para tal situación.

En el siguiente cuadro se muestran los doce principales productos que México exporta, los cuales son competitivos en el mercado mundial.

Principales Productos Exportados por México (cifras expresadas en millones de dólares)		
PRODUCTO	PERIODO 1999	PERIODO 2000
Automóviles para transporte de personas	12 581 3	16 664 5
Petroleo	8 858 8	14 886 9
Maquina para proceso de informacion	6399 2	8 145 6
Partes sueltas para automoviles	4 775 4	5 809 6
Partes o piezas sueltas para maquinaria	4255 6	4 937 8
Motores para automoviles	2 189 3	2 140 9
Legumbres y hortalizas sueltas	1 179 8	1 352 2
Hierro en barras y lingotes	1 006 6	1 125 3
Cafe crudo	581 5	613 7
Jitomate	534 9	462 3
Plata en barras	398 6	431 7
Ganado vacuno	289 8	404 4
Total de los 12 principales productos	43 050 8	56 974 9

Fuente: www.comercio.sic.com.mx/index.htm

²³ Op. Cit. Día de Bancomext en la FLS Cuautitlan.

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

2. PROCEDIMIENTOS ADMINISTRATIVOS Y MARCO JURÍDICO

2.1 RÉGIMEN FISCAL DEL COMERCIO EXTERIOR DE MÉXICO

Con el proceso de apertura que ha sufrido México en la última década, con la entrada al GATT en 1986 (ahora OMC), y la firma de acuerdos comerciales; el régimen fiscal mexicano sufrió cambios sustanciales ya que era necesario que se ajustara a las necesidades internas y externas que lo habían superado. Es decir, ante la continua necesidad de actualizar el régimen fiscal, se da una transformación profunda, para poder hacer frente al mercado interno, y a la internacionalización de los mercados. Estos cambios iban encaminados a mejorar la competitividad interna y externa de las empresas mexicanas y al fortalecimiento de las finanzas públicas.

Bajo este marco, las leyes mexicanas que regulan el régimen fiscal en materia de comercio exterior suelen ser diversas ya que comprenden desde la propia Carta Magna de nuestro país, que es por medio de ella como se regula nuestro intercambio internacional, hasta los acuerdos o circulares que emiten la Secretaría de Economía y la Secretaría de Hacienda y Crédito Público.

Como ya se mencionó existen distintas leyes que regulan el comercio exterior de México, pero existen tres leyes que han sido creadas especialmente para regular, fomentar, y establecer los impuestos al comercio exterior, las cuales se describen a continuación.

- ✓ La Constitución de los Estados Unidos Mexicanos en su artículo 131 otorga al ejecutivo federal, la facultad de regular el comercio exterior del país, creándose para tales efectos en 1993 la Ley de Comercio Exterior y su Reglamento, siendo su "principal objetivo el regular y promover el comercio exterior, incrementar la competitividad de la economía nacional y propiciar el uso eficiente de los recursos productivos del país para integrarlo adecuadamente en el contexto internacional."²⁴ Dentro de los puntos que enmarca esta Ley, están las facultades del ejecutivo federal, y de la Secretaría de Economía en materia de comercio exterior y los medios de defensa para casos de prácticas desleales en comercio exterior.

²⁴ Ibidem, Flores Paredes, Joaquín, p. 110

✓ La Ley Aduanera y su reglamento, entraron en vigor el primero de julio de 1982, y fueron modificadas en abril de 1996, atendiendo a la necesidad de la apertura económica de México y a una mayor participación en los mercados internacionales, con el fin de facilitar la entrada y salida de mercancías y capitales. La citada Ley regula la entrada y salida de mercancías del territorio nacional, y de los medios en que se transportan, el despacho aduanero, y las actividades que deriven de éste o de la entrada y salida de mercancías.

Como primer paso a la reestructuración de las aduanas, se integraron éstas a la Administración Tributaria de la Subsecretaría de Ingresos, se aprobaron importantes cambios a la legislación aduanera, como son la autodeclaración por parte del contribuyente, la agilización del proceso de aduana a través del pago de impuestos en primer término y posteriormente a la activación de un mecanismo de selección aleatoria que determina la mercancía que debe ser objeto de un primer y segundo reconocimiento aduanero: a la revisión de documentos de la mercancía cuando abandonen la aduana, y por último se privatizaron los almacenes fiscales.

Dentro de los aspectos relevantes que enmarca esta Ley está que los importadores o exportadores deberán presentar el pedimento que corresponda a través de un agente aduanal que es la persona física autorizada por la Secretaría de Hacienda y Crédito Público para realizar el despacho aduanal de las mercancías. Otro aspecto importante es el referente a los regímenes aduaneros a los que se pueden someter las mercancías que entran o salen del territorio nacional, que para el caso de una exportación puede sujetarse al régimen temporal o definitivo. También se establecen los criterios para determinar el valor en la aduana de las mercancías, que conlleva al establecimiento del pago correspondiente de los impuestos al comercio exterior.

✓ Ley del Impuesto General de Importación y Exportación, también conocida como Tarifa, entró en vigor en abril de 1996, y tiene como objetivo la clasificación de las mercancías, basado en el Sistema Armonizado y la determinación del impuesto correspondiente al comercio exterior.

Existen otras leyes que no fueron creadas expresamente para regular el comercio exterior, pero que en algún punto se relacionan con el mismo, tal es el caso de las siguientes:

- ✓ Ley Federal sobre Metrología y Normalización, se relaciona con el comercio exterior, cuando ciertas mercancías deben cumplir con la Norma Oficial Mexicana (NOM), para ser introducidas al país.
- ✓ Ley General de Equilibrio Ecológico y la Protección al Ambiente, establece las normas a seguir para la protección del medio ambiente del país.
- ✓ Ley General de Salud, establece las normas de sanidad que deben cumplir las mercancías a importar o exportar, para la protección de la salud de los mexicanos.
- ✓ Ley Federal de Sanidad Vegetal, establece las normas a seguir para la protección del reino vegetal.
- ✓ Ley Federal de Sanidad Animal, establece las normas a seguir para la protección de reino animal.
- ✓ Ley Federal de Derechos, establece las reglas para la protección de la propiedad industrial e intelectual.
- ✓ Ley del Impuesto al Valor Agregado (IVA), esta ley considera que entre otros supuestos están obligados al pago del impuesto al valor agregado las personas físicas y morales que en territorio nacional importen o exporten bienes o servicios contemplados por la misma y no se encuentren exentos.

Es indudable que a partir de "la reestructuración aduanera y las reformas legales derivadas de la entrada en vigor del TLCAN, han permitido establecer un marco jurídico más acorde con los nuevos tiempos, agilizando el trámite ante la aduana; abatiendo el costo de operación por los menores tiempos de despacho; mejorando la viabilidad en las ciudades fronterizas; y disminuyendo los requerimientos de espacios físicos en las aduanas. Estas medidas, en su conjunto, han coadyuvado a que el comercio internacional de mercancías constituya un motor fundamental del crecimiento económico de México."²⁵ Asimismo nuestro país se está preparando cada vez más para hacer frente al nuevo mundo de la globalización económica,

²⁵Instituto Mexicano de Contadores Públicos A.C. Entorno Fiscal de la Apertura Económica, México.1994, p. 25.

mediante la modernización de las aduanas y de su sistema fiscal, permitiendo a los empresarios ser más competitivos en el mercado internacional.

2.2 EL SISTEMA ARMONIZADO DE CODIFICACIÓN Y DESIGNACIÓN DE MERCANCÍAS (SADCM) Y LOS INCOTERMS

"La correcta clasificación de las mercancías objeto del comercio internacional es uno de los aspectos básicos para la aplicación de la política comercial exterior de un territorio aduanero."²⁶ Dependiendo de la clasificación que le corresponda a la mercancía objeto del intercambio, serán las medidas arancelarias y no arancelarias que se le deberán aplicar. "Al conjunto de las mercancías por un lado, y de los tipos o tarifas por otro, se le denomina arancel de aduanas o nomenclatura."²⁷

El establecimiento de una nomenclatura clara y precisa, de la gran gama de mercancías objeto del intercambio comercial, ha sido del interés de los países, a fin de que le sean aplicados los gravámenes y derechos correspondientes establecidos previamente por las autoridades correspondientes.

A lo largo del tiempo, los países, en forma individual o conjunta han elaborado nomenclaturas cada vez más complejas, de acuerdo al desarrollo del comercio internacional. Pero no es hasta mediados de los años ochenta que existían aproximadamente diecisiete distintas formas de clasificación de las mercancías, lo que provocaba confusiones a la hora de dar el tratamiento arancelario correspondiente a una misma mercancía. Ante tal situación, se constituyó en el seno del Consejo de Cooperación Aduanera, un comité que se encargara de elaborar un único sistema de designación de mercancías a nivel internacional; con el fin de que todos los países o la mayoría lo adoptaran, evitando así la multiplicidad de designaciones y códigos para una misma mercancía. El resultado de este trabajo, fue la elaboración del Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías (SADCM); que se basó en las dos nomenclaturas (La Clasificación Uniforme para el Comercio Internacional CUCI y la Nomenclatura del Consejo de Cooperación Aduanera NCCA), que en aquellos momentos gozaban de más difusión,

²⁶ Díaz, Mier Miguel Angel, Técnicas de Comercio Exterior II, Ediciones Pirámide, Madrid, 1996, p. 47.

²⁷ Op. Cit. p.47.

TESIS CON FALLA DE ORIGEN

a la vez ésta fue ordenada en función del grado de elaboración de las mercancías. La nueva nomenclatura entró en vigor , para las partes contratantes, el primero de enero de 1998, siendo hoy en día utilizada a nivel mundial, para las transacciones de comercio internacional.

El SADC M también conocido como Sistema Armonizado(SA), está constituido por un código de seis cifras: los dos primeros corresponden al número de capítulo en el que se encuentra clasificada la mercancía de que se trate, los siguientes dos números constituyen la partida, y las dos últimas cifras corresponden a las subpartidas o fracciones arancelarias, esta combinación de conceptos o pares de números es lo que llamamos fracción arancelaria. En este momento el SA cuenta con 1,241 partidas y 5,019 subpartidas. Por ejemplo, la clasificación o fracción arancelaria de muebles de cocina quedaría de la siguiente manera:

Capítulo _____ → 94.03.40
Partida _____ ↑
Subpartida o fracción arancelaria _____ ↑

Es importante destacar, que algunos países como Estados Unidos de Norteamérica, agregan dos números más a la fracción arancelaria, con el propósito de ser más meticulosos en la identificación de una mercancía, esto ayuda a clasificar y codificar con mayor precisión a las mercancías, además de evitar confusión en los productos que son similares.

► LOS INCOTERMS

En las relaciones que se derivan entre vendedor y comprador de las transacciones internacionales y que se aterrizan mediante un contrato de compraventa internacional, una cláusula importante es la que respecta a las condiciones de entrega. Este último punto es regulado por la Cámara de Comercio Internacional, a través de los INCOTERMS (International Comercial Terms) o Términos de Comercio Internacional.

Los INCOTERMS se remontan al año de 1812, en las cortes británicas, utilizando el término FOB, posteriormente en el año de 1936 son publicados por la Cámara de Comercio Internacional, los cuales han sufrido actualizaciones en función del avance del comercio internacional y de los medios de transporte, es así que en el año de

1990, se publica la última versión de los términos de comercio internacional, vigentes hasta la actualidad.

Los INCOTERMS "definen las condiciones y obligaciones, gastos y responsabilidades que se establecen entre vendedor y comprador para efectuar la entrega o, en otras palabras, el punto geográfico y el momento cronológico en que el vendedor tiene que poner las mercancías a disposición del comprador, para que éste pueda emprender las acciones necesarias para terminar la operación. Por tanto regulan las operaciones de carga, descarga, transporte y aduanas que corresponden a cada uno."²⁸ Los INCOTERMS, se clasifican por grupos y por tipo de transporte a utilizar. Por grupos: se distinguen con las letras E(Exit=en punto de salida u origen); F(Free=libre de flete principal); C(Cost=costo de flete principal incluido) y D(Delivered = entregado 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."²⁹

La clasificación por transporte a utilizar se ejemplifica con las siguientes letras: A(aéreo); M(marítimo o fluvial); O(cualquier tipo de transporte), y T(transporte terrestre).

A continuación se describen brevemente los trece términos de comercio internacional, emitidos por la Cámara Internacional de Comercio (CCI).

⇒ *EXW: Ex works (en punto de origen).*

El vendedor ha cumplido su obligación de entrega al poner la mercancía en su fábrica, taller, etc. a disposición del comprador.

⇒ *FCA: Free Carner (Transporte libre de porte).*

El vendedor cumplirá con la obligación pactada cuando la mercancía sea entregada en el transporte o lugar asignado por el comprador en el país de exportación. Los gastos y seguro de la mercancía correrán por el vendedor hasta el lugar designado.

El transporte a utilizar será el aéreo o terrestre.

²⁸ Díaz, Mier Miguel Angel, Técnicas de Comercio Exterior I. Ed. Pirámide, Madrid, 1996,p.121.

²⁹ Op. Cit. p. 5 n

⇒ *FAS: Free Alongside Ship (libre a un costado del buque).*

La abreviatura va seguida del nombre del puerto de embarque. El vendedor cumple con la obligación convenida una vez puesta la mercancía a un costado del buque o sobre el muelle; con todos los gastos y riesgos hasta dicho punto a cargo del vendedor. Transporte M.

⇒ *FOB: Free on Board (libre a bordo).*

El vendedor deberá absorber todos los gastos que se generen hasta poner la mercancía a bordo del buque en el puerto acordado, asimismo el vendedor deberá realizar los trámites para la exportación. Transporte M.

⇒ *CFR: Cost and Freight (costo y flete).*

La abreviatura va seguida del nombre del puerto de destino. El precio comprende la mercancía puesta en puerto de destino, con costos y flete pagado. El vendedor debe despachar la mercancía en aduana y solamente puede usarse en el caso de transporte por mar o vías navegables interiores.

⇒ *CIF: Cost Insurance and Freight (costo, seguro y flete).*

La abreviatura va seguida del nombre del puerto de destino y el precio incluye la mercancía puesta en puerto de destino con flete pagado y seguro cubierto. El vendedor contrata el seguro y paga la prima correspondiente. El vendedor sólo está obligado a conseguir un seguro con cobertura mínima. Transporte M.

⇒ *CPT: Carriage Paid to (flete pagado hasta).*

El vendedor paga el flete del transporte de la mercancía hasta el destino mencionado. El riesgo de pérdida o daño se transfiere del vendedor al comprador cuando la mercancía ha sido entregada al transportista. El vendedor debe despachar la mercancía para su exportación. Transporte O.

⇒ *CIP: Carriage and Insurance Paid to (flete y seguro pagado hasta...).*

El vendedor tiene las mismas obligaciones que bajo CPT, pero además debe conseguir un seguro de transporte que ampare el riesgo del comprador de perder la mercancía o que ésta sufra un daño durante su transportación. Transporte O.

⇒ *DAF: Delivered at Frontier (entregado en frontera).*

El vendedor cumple con su obligación cuando entrega la mercancía, despachada en aduana, en el lugar convenido de la frontera pero antes de la aduana fronteriza del

país colindante. Es fundamental indicar con precisión el punto de la frontera correspondiente. Transporte T.

⇒DES: (*Delivered Ex – ship (entregado sobre el buque)*).

El vendedor cumple con su obligación cuando pone la mercancía a disposición del comprador a bordo del buque en el puerto de destino, sin despacharla en aduana para la importación. Transporte M.

⇒DEQ: (*Delivered Ex - Quay (entregado fuera del muelle)*).

El vendedor cumple con su obligación cuando pone la mercancía a disposición del comprador sobre el muelle en el puerto de destino convenido, sin ser despachada en aduana para la importación. Transporte M.

⇒DDU: (*Delivered Duty Unpaid (entregado impuestos sin pagar)*).

El vendedor cumple con su obligación cuando pone la mercancía a disposición del comprador en el lugar convenido en el país de importación. El vendedor asume todos los gastos y riesgos relacionados con la entrega de la mercancía hasta ese sitio (excluidos derechos, cargas oficiales e impuestos), así como de los gastos y riesgos de llevar a cabo las formalidades aduaneras. Transporte O.

⇒DDP: (*Delivered Duty Paid (entregado con impuestos pagados)*).

El vendedor asume las mismas obligaciones que en DDU más los derechos, impuestos y cargas necesarias para llevar la mercancía hasta el lugar convenido. Transporte O.

Como se podrá observar en los INCOTERMS, el término EXW enmarca el mínimo de responsabilidades y obligaciones para el vendedor, mientras que el término DDP significa el máximo de obligaciones.

Es importante que cuando se elabore la cotización de la mercancía, se especifique que los términos de comercio internacional utilizados son los emitidos por el CCI (INCOTERMS 2000), ya que algunos importadores y exportadores norteamericanos siguen utilizando las Definiciones Revisadas del Comercio Exterior Norteamericano (RAFTD), aunque fueron derogados desde 1985 siendo importante hacer notar que aunque coinciden en las siglas, las especificaciones son diferentes.

2.3 LAS REGULACIONES ARANCELARIAS Y NO ARANCELARIAS.

Las regulaciones arancelarias o derechos de aduana es uno de los términos más antiguos y vigentes en la actualidad. Durante la época mercantilista el arancel definiéndose como un "gravamen que se impone sobre un bien cuando éste cruza las fronteras nacionales"³⁰, juega un papel muy importante como instrumento proteccionista, evitando la salida de metales preciosos, restringiendo las importaciones y frenando el desarrollo económico del país, así como el comercio internacional.

A lo largo de la historia los aranceles han limitado el comercio internacional, pero éstos han ido evolucionando hacia la eliminación o disminución de alguno de ellos. "A medida que los países van alcanzando un mayor nivel de desarrollo su necesidad de protección irá disminuyendo, con lo que parece previsible que dichos países puedan llevar a cabo un gradual desarme arancelario en su comercio exterior."³¹ Sin embargo, lo expuesto anteriormente no se da en la actualidad, ya que Estados Unidos de Norteamérica la principal potencia económica establece otras restricciones no arancelarias para la protección de ciertos rubros de su economía.

El arancel como instrumento de proteccionismo es "un impuesto que se aplica en el comercio exterior para agregar valor al precio de las mercancías en el mercado receptor"³², es a la vez un elemento que da certidumbre al exportador, ya que se conoce con exactitud el gravamen de la mercancía a exportar, pero no se puede decir lo mismo de las regulaciones no arancelarias, ya que son determinadas y aplicadas por los países, muchas veces como instrumento para limitar la entrada de mercancías a su mercado

En el caso de México y de la gran mayoría de los socios de la OMC, utilizan tres tipos de aranceles: **ad valorem**, es un porcentaje que se aplica a la mercancía, objeto del intercambio comercial; **el específico**, es una cantidad fija de dinero que se paga en función de la unidad de la mercancía, como es volumen, metros, kilos, etc; **el compuesto o mixto**, que es la combinación del ad-valorem y del específico.

³⁰ Op. Cit. p. 97.

³¹ Ibidem, p. 19.

³² Ibidem, BancomeNL, p.95.

Existen otros autores, como es el caso de Joaquín Flores que distingue además de los aranceles mencionados, otras dos modalidades: **el arancel-cuota**, grava el excedente de importación o exportación; y **el estacional**, que es un impuesto que no es muy utilizado pero se llega a aplicar en ciertas temporadas del año, como es la vacacional, navidad y en algún periodo de cuarentena.

Ahora bien, cada país puede darle un distinto tratamiento al arancel, dependiendo del origen de la mercancía, estos tratamientos se dan en tres niveles: **el general**, se aplica a los miembros de la OMC, bajo la cláusula de la nación más favorecida; **el preferencial**, se aplica a los países que tienen un acuerdo comercial, otorgándose mutuamente un trato arancelario preferencial; y **el diferencial**, es el que se aplica a los países que no tienen acuerdos comerciales firmados, y que no son miembros de la OMC. A la vez estarían incluidos los impuestos compensatorios que se aplican como medidas de antidumping.

► REGULACIONES NO ARANCELARIAS

Una regulación no arancelaria son "las restricciones de tipo cuantitativo y cualitativo a las importaciones (principalmente) que no son gravámenes o impuestos."³³

Las regulaciones no arancelarias, como mecanismo para la limitación del comercio internacional, son trabas que ponen los países para la protección del mercado nacional o para la satisfacción de intereses políticos. Es difícil para los exportadores conocer las regulaciones no arancelarias que se aplican en cada país, así mientras la mercancía goza de una tasa arancelaria cero, muchas veces cuando llega al país importador, es detenida por no cumplir con las regulaciones no arancelarias. De tal forma que es de gran importancia conocer estas regulaciones no arancelarias, para que la mercancía pueda entrar sin ningún problema al país importador.

Las formas en que se manifiestan estas regulaciones no arancelarias se dividen en dos tipos: las cuantitativas y las cualitativas. Dentro de las primeras se distinguen:

✓ Cuotas globales, son las cantidades que se pueden importar o exportar para determinadas mercancías, esta regulación es establecida por cada país para la protección de algunos productos nacionales.

³³ Ibidem, p. 101.

✓ Precios oficiales, es el valor mínimo de una mercancía sobre la cual se calcula el pago de impuestos, esta regulación tiene como objetivo evitar la evasión de impuestos ya que algunos importadores declaran precios de la mercancía por debajo del real.

✓ Permisos de importación o exportación, se establece permisos previos de importación o exportación para ciertas mercancías con la finalidad de proteger la producción nacional, la seguridad nacional y la salud del país.

✓ Medidas contra prácticas desleales de comercio internacional: dumping y subvenciones, estas medidas se establecen para contrarrestar los posibles daños al mercado nacional contra la entrada de mercancías a precios bajos, mediante el estableciendo impuestos compensatorios.

Dentro de las regulaciones cualitativas tenemos las siguientes:

✓ Regulaciones de etiquetado, consiste en la identificación de la mercancía a través de una etiqueta, el contenido de ésta puede variar de acuerdo a la regulación que establezca cada país. Es importante que la etiqueta sea elaborada en el idioma del país importador, y con un tamaño de letra que pueda ser visible para el consumidor final.

✓ Regulaciones de envase y embalaje, son los requisitos que deben cumplir el envase y embalaje de las mercancías para poder ser introducidas al país importador. En el caso del envase algunas de estas regulaciones tienen que ver "con la calidad de los materiales utilizados, niveles de resistencia, forma de presentación de la información del producto"³⁴ y en el caso de alimentos, se debe verificar que el envase no tenga sustancias nocivas para la salud.

Las restricciones para el embalaje se refieren al tamaño permitido, la forma en que se maneja la mercancía, medidas de seguridad para el manejo de la mercancía, los materiales a utilizar, fumigación previa, etc.

✓ Mercado de país de origen, algunos países importadores exigen que las mercancías ostenten en forma visible el lugar de origen de las mismas.

✓ Regulaciones sanitarias, son aplicables a los productos agropecuarios, procesados o no. Dentro de las regulaciones sanitarias se desprenden las

³⁴ Ibidem, Bancomext, p.165.

regulaciones fitosanitarias que se refieren a los productos provenientes del reino vegetal, y las regulaciones zoonosanitarias aplicables a los productos provenientes del reino animal. Las regulaciones sanitarias son uno de los mecanismos más utilizados por los países con la finalidad de proteger la salud, la vida humana, la animal y la vegetal.

- ✓ Norma técnicas, son los requisitos de producción que deben cumplir las mercancías para poder ser introducidas al país importador, garantizando al consumidor que los productos que adquieren son seguros y de calidad.
- ✓ Regulaciones de toxicidad, se aplican a aquellos productos que para su elaboración han utilizado productos peligrosos o dañinos para la salud.
- ✓ Normas de calidad, algunos productos deberán someterse a estas normas para garantizar su calidad, durabilidad y funcionalidad, asimismo en algunos mercados exigen normas de calidad para los productos agropecuarios, como sería su tamaño, color, textura, etc.
- ✓ Regulaciones ecológicas, son las establecidas para la protección de la ecología de la producción y de la comercialización de algunos productos. Ejemplo de una regulación ecológica es la referente a utilizar envases biodegradables y la tinta utilizada para las etiquetas deben ser a base de agua.

2.4 LOS TRATADOS COMERCIALES Y LAS REGLAS DE ORIGEN

Los cambios en la estructura y dirección del comercio mundial están teniendo efectos muy importantes en las relaciones económicas internacionales, la nueva geografía del comercio también se manifiesta mediante la conformación de bloques regionales que se unen y manejan por efecto de las fuerzas de mercado.

“Las negociaciones comerciales, y en particular los tratados de libre comercio, son un pilar dentro de la estrategia económica de México que permiten enfrentar con éxito la creciente competencia mundial y asegurar un crecimiento económico sostenido en el corto y largo plazo”³⁵

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

³⁵ www.ser.gob.mx/sureja/mexico/ceh.htm

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Es importante destacar que los tratados de libre comercio ~~son instrumentos y no~~ fines para un país. Partiendo del precepto anterior, México ha firmado desde la década de los años noventa diez Tratados de Libre Comercio con 32 países en tres continentes, brindando a los empresarios mexicanos acceso a más de 860 millones de consumidores potenciales.

El primer gran acuerdo firmado por México fue el Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN), con Estados Unidos y Canadá, que entró en vigor en enero de 1994. Indudablemente este tratado es el más importante para nuestro país ya que cerca del 90 por ciento de las exportaciones mexicanas tienen como destino el mercado de Estados Unidos.

Con la firma del TLCAN el 79.9 % de los productos mexicanos quedaron libre de arancel a EU, y el restante de los productos mexicanos sufrirán una desgravación paulatina hasta que la totalidad de las exportaciones mexicanas estén libres de arancel a partir del 2008. Para poder gozar de las preferencias arancelarias se deberá presentar un Certificado de Origen que será de libre reproducción, expedido por el fabricante con su firma y bajo protesta de decir la verdad. Este documento podrá ser utilizado para amparar una o varias importaciones o exportaciones y su duración será de un año calendario.

Es importante destacar que la dependencia comercial que tiene México con Estados Unidos es riesgosa, ya que si Estados Unidos cayera en una recesión económica, México sufriría los estragos de ésta.

Para atenuar este riesgo las autoridades mexicanas buscan abrir nuevos mercados fuertes, como es el caso de la firma del Tratado de Libre Comercio con la Unión Europea (TLCUE), el cual entró en vigor el primero de julio del 2000, y la mayoría de las exportaciones mexicanas estarán desgravadas a partir del primero de julio del 2003. El certificado de origen utilizado es el denominado "certificado de circulación de mercancías EU.R1", debiendo ser validado por la Secretaría de Economía. Sin embargo, para poder agilizar la circulación de las mercancías mexicanas a Europa, se implementó el registro de exportador autorizado para empresas PITEK, Maquiladoras, ALTEX, que exporten como mínimo 5 millones de dólares americanos anuales. Asimismo, en las empresas que realicen exportaciones que no superen la

TESIS CON FALLA DE ORIGEN

cantidad de 6 mil euros, los exportadores podrán extender una declaración bajo protesta de decir la verdad de que los productos cumplen con las reglas de origen del TLCUE, y deberá ser firmada por el interesado y no será necesaria la autorización de la Secretaría de Economía.

Ante el afán de México por diversificar sus mercados, ha firmado otros TLC con países de Latinoamérica y Asia, pero que por no representar un número importante en sus exportaciones, solamente haremos mención de ellos, claro está que no se les resta importancia ya que pueden llegar a ser clientes potenciales.

Tratados	Entrada en vigor
TLC del Grupo de los Tres con Venezuela y Colombia	1º enero de 1995
TLC con Costa Rica	1º enero de 1995
TLC con Bolivia	1º enero de 1995
TLC con Nicaragua	1º julio de 1998
TLC Con Chile	1º agosto de 1999
TLC con Israel	1º julio de 2000
TLC con el Triángulo del Norte Centroamericano (Honduras, El Salvador y Guatemala)	15 marzo de 2001
TLC con Asociación Europea de libre Comercio (AELC) conformado por Noruega, Suiza, Islandia y Liechtenstein	1º julio de 2001

Fuente: *Guía Básica del Exportador*. BANCOMEXT, p. 102-119

Además de los tratados de libre comercio que ya se han firmado, y los que entraron en vigor, México se encuentra en un proceso de negociaciones para la firma de tratados de libre comercio con Uruguay, Perú, Brasil y Argentina. Con los dos últimos ya se han firmado Acuerdos de Complementación Económica.

Día con día el papel de México en el comercio internacional cobra mayor relevancia. Actualmente es uno de los países con mayor flujo de operaciones comerciales tanto en importaciones como en exportaciones.

▶ **REGLAS DE ORIGEN**

Dentro de las firmas de los tratados comerciales se establecen los lineamientos que deben seguir los socios, uno de ellos es el relacionado con las **Reglas de Origen** siendo definida como "los requisitos mínimos de fabricación, contenido o elaboración

TESIS CON FALLA DE ORIGEN

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.³⁶

Existen distintos criterios para determinar el origen de las mercancías, siendo los más utilizados los siguientes:

✓ Totalmente originario, cuando un bien es producido o se obtenga en su totalidad en el país o en los países miembros del tratado comercial.

✓ Salto arancelario, este criterio es aplicable "cuando los materiales con los que se fabrica un bien hayan sido importados de otro país no miembro del mismo tratado y tienen una clasificación arancelaria distinta al producto que se va exportar."³⁷ Por este solo hecho la mercancía transformada se considerará originaria de la región y tendrá acceso a un arancel preferente.

También se puede utilizar el criterio minimis, el cual considera a un producto originario "siempre que el valor de los insumos no originarios representen en general menos del 7% u 8% del valor total del producto dependiendo del TLC, salvo en algunos casos comprendidos en los capítulos 1 al 27 del Sistema Armonizado."³⁸

✓ Valor del contenido regional, determina cual es el "valor de los insumos que se incorporaron de la región en el producto final de exportación"³⁹, y determinar si el bien es susceptible de trato arancelario preferencial. Para determinar este valor existen dos métodos: **Método de valor de transacción y el Método de costo neto**; el primero considera como originarios los gastos de publicidad y de venta, así como las utilidades generadas por su venta. El segundo método parte del costo de producción de la mercancía a exportar y por lo tanto no consideran los gastos de promoción y de venta como originarios.

Es importante recurrir al TLC de que se trate para determinar el porcentaje que se pide para que un producto sea considerado originario de la región. En el caso de México y respecto a la mayoría de los TLC que ha firmado se pide un 60% de contenido regional para el valor de transacción y un 50% para el valor de costo neto.

³⁶ Gonzalez, Raul, Apuntes del Seminario Plan de Negocios para la Exportación, p. s/n

³⁷ Bancomext, Guía Básica del Exportador, México 2002, p. 100.

³⁸ Op. Cit. Bancomext, p. 100.

³⁹ Ibidem, Bancomext, p. 100.

► *CERTIFICADO DE ORIGEN*

El certificado de origen es el documento que avala, que el producto a exportar es originario del país o de la región, y por lo tanto puede gozar de una tasa arancelaria preferencial.

El certificado de origen puede amparar varias operaciones y su duración puede ser de un año calendario, asimismo puede requerir o no autorización de una dependencia oficial, claro está, que estas condiciones serán determinadas por lo establecido en cada TLC.

Es importante que el exportador anexe el certificado de origen para el desaduanamiento de las mercancías en todo el mundo, si se desea gozar de un trato arancelario preferencial.

2.5 DOCUMENTOS Y TRÁMITES ADUANEROS QUE SE UTILIZAN EN LA EXPORTACIÓN EN MÉXICO.

Es normal que de las relaciones de comercio internacional, se derive una desconfianza mutua entre el vendedor y comprador, derivado principalmente por el desconocimiento de la integridad del comerciante, por el desconocimiento de un país ajeno y por último por que se tiene la sensación de no tener control sobre la operación. Así, mientras que para el exportador, su principal temor es el de enviar la mercancía y no recibir el pago; para el comprador es el pagar y no recibir la mercancía en los términos estipulados, para eliminar esta desconfianza en el comercio internacional se emplean los documentos. Los documentos se dividen en financieros (pagarés, letras de cambio, cheques, o cualquier otro instrumento que sirva para obtener el pago, y los comerciales (administrativos, de transporte, de seguro, y de información). Partiendo de esta clasificación, se analizarán los principales documentos comerciales que suelen pedirse en una exportación mexicana y que son admitidos en diferentes tratados comerciales :

Administrativos: Registro Federal de Contribuyentes. las personas físicas y morales que realicen actividades empresariales, deberán solicitar su inscripción ante la Secretaría de Hacienda y Crédito Público para el pago de sus impuestos correspondientes (Artículo 31 de la Constitución Política de los Estados Unidos

Mexicanos). El contar con el registro es de gran importancia para el exportador, ya que podrá solicitar devolución de impuestos, formar parte de programas de apoyo a los exportadores, realizar trámites ante autoridades del gobierno, etc; otro trámite que tendrá que realizar el exportador si es el caso, es el **Registro de Marcas y Patentes**, donde podrá registrar sus diseños comerciales e inventos con la finalidad de proteger los derechos de propiedad industrial, evitando plagios y una mala imagen en el mercado internacional. **Registro ante Cámaras Empresariales**, el registro a estas instituciones no es obligatoria para realizar la exportación, pero pertenecer a una de ellas, es de gran ayuda para la prestación de asesoría y apoyo a la exportación.

De Transporte: El tipo de transporte a utilizar en la exportación será el documento que nos será solicitado en la aduana, como puede ser el conocimiento de embarque, emitido por la naviera, la carta porte cuando se utiliza el transporte terrestre; carta de porte ferroviario; guía aérea para el caso del transporte aéreo y el transporte multimodal, que se utiliza en el caso de que una mercancía sea transportada por distintos medios.

De Seguro: Al realizar una exportación se debe tomar en cuenta el riesgo que puede sufrir la mercancía durante el traslado de la misma a su destino. Es por eso imprescindible la contratación de un seguro que cubra los posibles percances; la contratación del mismo dependerá del INCOTERMS convenido, es decir, si lo cubre el exportador o el importador. El seguro puede contratarse de forma individual para una sola exportación o de forma global para varias exportaciones.

De Información: Los documentos de información, como su nombre lo dice son los que proporcionan datos sobre las mercancías como pueden ser los que respectan a la calidad, origen, estado sanitario o fitosanitario, composición, etc, y en muchas ocasiones son exigidos por los países importadores. A continuación se describen los documentos más usuales:

✓ **Factura comercial:** es el documento que expresa el valor comercial del producto, con el cual el vendedor exige al comprador el pago de la misma.

✓ **Certificado de Origen:** es el documento que garantiza que los componentes que integran el producto ha exportar son originarios de la región y es expedido a petición

del interesado ante la Secretaría de Economía, o por el fabricante, dependiendo de las estipulaciones de cada país o de los tratados comerciales que México ha firmado.

↪ *Carta de encomienda*: consiste en dar facultades al agente aduanal, para que a nombre de su representado lleve a cabo el proceso de exportación. Esta carta debe contener los siguientes datos: Quién confiere el poder, a qué agente aduanal se le confiere, valor y cantidad, régimen aduanero de exportación, fecha y lugar, tipo de mercancía, bultos y sugerencias sobre empaques.

↪ *Otros Certificados*: son los documentos que amparan haber cumplido, con las regulaciones no arancelarias, como son los certificados sanitarios para carnes y animales vivos, los fitosanitarios que suelen ser exigidos para verduras, frutas y semillas.

↪ *Anexar a la factura*. los números de serie, parte, marca, modelo, especificaciones técnicas y comerciales que faciliten la identificación de mercancías, señalando el número de pedimento correspondiente, y deberá ser firmada por el exportador o el agente aduanal.

↪ *Marcado de país de origen*: se deberán marcar los productos con etiquetas que contengan la leyenda de "Hecho en México". Siendo una norma de carácter voluntario.

Una vez que se han reunido los documentos anteriormente descritos, el agente aduanal a nombre de su representado, deberá presentar el pedimento de exportación mediante el formato que establezca la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, procediendo así el despacho aduanal.

El despacho aduanal es definido como el "conjunto de actos y formalidades relativos a la entrada de mercancías al territorio nacional y a su salida del mismo, que de acuerdo con los diferentes tráficos y regímenes aduaneros establecidos en el presente ordenamiento, deben realizar en la aduana las autoridades aduaneras y los consignatarios, destinatarios, propietarios, poseedores o tenedores en las

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

importaciones y los remitentes en las exportaciones, así como los agentes o apoderados aduanales.⁴⁰

2.6 PROGRAMAS E INSTITUCIONES DE APOYO A LA EXPORTACIÓN

A partir de los años ochenta, México comienza con un proceso de apertura comercial de forma gradual, que le permite reinserirse en la economía mundial, cuyos rasgos tienden a una mayor globalización. Para poder llevar a cabo esta transformación tuvo que emprender una nueva política comercial, como la de elaborar una política arancelaria acorde a las necesidades de la industria, realizar negociaciones de tratados comerciales y dar pie a la apertura de la inversión extranjera. Sin embargo, para que esta apertura económica no afectara al mercado nacional, México elaboró programas de fomento a la exportación, ya que solamente existía un programa de apoyo dirigido a las maquiladoras desde los años 60 y fue establecido en la zona fronteriza para la creación de fuentes de empleo. Para el año de 1985 se crean nuevos esquemas de apoyo a la producción como son: PITEX (Programa de Importación Temporal para producir artículos de exportación) y Draw Back (Devolución de Impuestos de Importación a los Exportadores). Asimismo, se crearon otros programas con la finalidad de abrir canales de comercialización y orientar eficientemente la oferta: ECEX (Empresas de Comercio Exterior); FEMEX (Ferias Mexicanas de Exportación). También se crearon mecanismos de concentración de acciones a favor de la exportación, lo que permite la eliminación de obstáculos administrativos en la simplificación de trámites administrativos creando el esquema ALTEX (Empresas Altamente Exportadoras). Posteriormente, para que las empresas mantengan su competitividad dentro del mercado internacional, la Secretaría de Economía estableció los programas: PRONEX (Programa de Proveedores nacionales de exportación), que tiene como finalidad ofrecer las mismas condiciones de competencia de los proveedores nacionales de la industria manufacturera de exportación respecto a los proveedores extranjeros; y el PROSEC

⁴⁰ Lopez, Villa Juan Raúl. Fundamentos y Práctica del Comercio Exterior y Derecho Aduanero. Editorial Sicco, México, 1997, p. 39.

(Programas de Promoción Sectorial), establecido para productores que abastecen tanto el mercado externo como interno.

▶ INSTITUCIONES DE APOYO AL COMERCIO EXTERIOR

En nuestro país existen algunas instituciones gubernamentales creadas especialmente para fomentar las exportaciones mexicanas y apoyar financieramente a los empresarios que deseen diversificar sus mercados hacia el exterior. Asimismo existen otras instituciones que intervienen de forma indirecta en algunos rubros del comercio exterior. Partiendo de este esquema, a continuación se describen las principales instituciones que intervienen en el fomento a las exportaciones.

✓ *Secretaría de Economía (SECON)*, a través de esta institución el empresario mexicano que desee exportar podrá obtener apoyos mediante instrumentos y programas entre los cuales podemos mencionar: emisión de certificados de origen, permisos previos de exportación, visas textiles, información estadística del país y otros países, etc.

✓ *Secretaría de Hacienda y Crédito Público*, autoriza, aplica y recauda los impuestos que se generan del comercio exterior. Por otra parte autoriza franquicias aduanales a las empresas que cubran con los requisitos para obtenerlas.

✓ *Secretaría de Salud*, emite los certificados de autorización para exportación e importación de alimentos procesados, bebidas, productos de tocador, etc.

✓ *Secretaría de Agricultura, Ganadería y Desarrollo Rural (SAGAR)*, proporciona asesoramiento a la importación y exportación de animales, expide el certificado zoosanitario

✓ *Secretaría del Medio Ambiente y Recursos Naturales (SEMARNAT)*, autoriza la exportación e importación de acuerdo a la guía pesquera, registra a los importadores y exportadores de la Cámara de la Industria Pesquera, entre otros.

Instituto Nacional de Ecología, determina que flora y fauna están en peligro de extinción y prohíbe su exportación

✓ *Secretaría de la Defensa Nacional (SEDENA)*, autoriza la exportación de armamentos, explosivos y sustancias químicas.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

✓ **Secretaría de Educación Pública (SEP)**, autoriza permisos de exportación de bienes muebles arqueológicos y la repatriación de obras artísticas.

✓ **Instituto Mexicano de Propiedad Industrial(IMPI)**, registra las marcas y patentes protegiendo a la mercancía que se va a exportar de la piratería.

✓ *Banco de Comercio Exterior, S.N.C (BANCOMEXT)* , es una institución financiera de desarrollo de segunda banca, dependiente del gobierno federal creada especialmente para promover el comercio exterior de México, principalmente las exportaciones.

Para cumplir su cometido **BANCOMEXT**, proporciona al empresario mexicano una serie de servicios encaminados a orientarlo en sus operaciones comerciales internacionales, como son estudios de mercado, capacitación empresarial, asesoría, asistencia técnica, oferta exportable, promoción, publicaciones especializadas y préstamos principalmente dirigidos a las pequeñas y medianas empresas.

3. ANÁLISIS ESTRATÉGICO DE LA EMPRESA CON PERFIL EXPORTADOR.

3.1 EL PLAN DE NEGOCIOS DE EXPORTACIÓN.

Los empresarios mexicanos en especial las pequeñas y medianas empresas, se enfrentan a una internacionalización de los mercados, ante ello deben de estar preparados para afrontar la competitividad de productos extranjeros, para poder lograr lo anterior, deberán realizar un estudio concienzudo de la estructura de su empresa y del éxito del producto exportable al mercado seleccionado, asimismo, deben analizar lo que los posibles clientes necesitan y evaluar su capacidad de compra.

El documento donde se analiza la estructura de la empresa es conocido como plan de negocios, o también llamado plan estratégico, plan a largo plazo o bien, plan rector. No importando la forma en que se le denomine al plan de negocios, es el "documento donde se analiza la situación actual, fuerzas y debilidades propias, de la competencia y de la industria, a fin de fijar las rutas de acción que faciliten a la organización, el aprovechamiento de las oportunidades y la esquivar, eliminación o reducción de los riesgos previsibles en su camino hacia los fines que pretende."⁴¹ Es decir el plan de negocios, es el documento que va a guiar las acciones del empresario para la toma de decisiones, encaminadas al éxito de la empresa en el mercado meta. Para que un plan de negocios tenga éxito este debe ser flexible, y ponerse en marcha, el cual debe acoplarse a los factores externos (económicos, sociales, cultural, demográfico y de normatividad) y a los factores internos (capacidad productiva, laborales, estilo y cultura empresarial). Los factores internos y externos que pueden afectar a la empresa pueden ser: un riesgo o una oportunidad. Dos aspectos importantes para su elaboración es la creatividad y el conocimiento, la primera consiste en la capacidad de establecer las acciones a seguir para la toma de decisiones en función de las potencialidades de la empresa y la segunda consiste en el conocimiento del presente y en la planeación del futuro. Dependiendo del tamaño y del grado de complejidad de una empresa, se verá reflejado en la elaboración de un plan de negocios simple o complejo. El desarrollo

⁴¹ Lerma, Kirchner Alejandro. Comercio Internacional, Editorial ECAFSA, México, 2000, p 39.

para un plan de negocios simple va enfocado a las pequeñas empresas y consiste en la aplicación de cinco pasos:

- 1.- Realizar una investigación de campo dentro de la localidad donde está ubicada la empresa para determinar las necesidades, disgustos, o deseos insatisfechos de la misma. Este aspecto conlleva a determinar las posibilidades de negocio, para hacer o producir algo que tiene demanda.
- 2.- Seleccionar de las necesidades detectadas o de los deseos insatisfechos, qué se podría hacer para satisfacerlas y además que realmente esté uno interesado en hacerlo. Hay que tener claro que una necesidad o un deseo insatisfecho no siempre representa una oportunidad de negocio, para determinar si tiene demanda debe determinarse la capacidad de compra y la disponibilidad para adquirir el bien o servicio por parte de las personas.
- 3.- Desarrollar varias ideas para determinar un concepto de negocio. La creatividad es un aspecto importante para desarrollar este punto ya que está aunada a la imaginación y al conocimiento. Una vez determinadas las necesidades que pueden ser viables como negocio, se deben consultar entrevistas, libros, revistas, documentos electrónicos, o cualquier otro documento que proporcione información para el desarrollo del concepto. Posteriormente se procede a elaborar las posibles soluciones a las necesidades detectadas viables como negocio, para la determinación de uno o varios conceptos. Por ello durante la elaboración de ideas es importante plasmarlas en papel y tener una grabadora.
- 4.- Evaluación de ideas. Una vez determinados los conceptos, se procede a evaluar la viabilidad técnica y comercial de los mismos, es decir en este punto se aterrizan las ideas en la realidad, determinándose si el concepto o conceptos son rentables.
- 5.- Elaboración del plan de negocios. En el momento en que se han determinado una o varias alternativas de negocio, se inicia la preparación del plan de negocios el cual debe de contener los siguientes puntos: carátula, índice, resumen ejecutivo, descripción del negocio actual (en caso de no ser una empresa de reciente creación), descripción del proyecto o proyectos con la descripción detallada de cada uno, análisis de mercado que sustente la viabilidad económica del proyecto, programa de

actividades, información financiera(fuentes de financiamiento, costos y gastos), anexos que sustenten el desarrollo y por último las conclusiones.

En una organización más compleja , que sería para el caso de la medianas y grandes empresas, el esquema estándar para el desarrollo del plan de negocios se conformaría de: cinco tareas, tres situaciones y de ocho secciones.

Las cinco tareas a realizar son.- 1)investigación interna, es la obtención de la información de todos los niveles funcionales que conforman a la empresa; 2)investigación externa, referente al mercado, al entorno económico, social, normativo, etc.; 3)análisis de la situación interna y externa, determinando las fuerzas y debilidades, riesgos y oportunidades; 4)generación de ideas, conceptos y proyectos; y por último 5) la redacción del plan de negocios.

El plan de negocios debe abarcar 3 situaciones:

- 1) La situación actual de la empresa, haciendo una descripción de la empresa con su organización actual, sus fuerzas y debilidades.
- 2)La situación deseada en el futuro, es la descripción de la organización deseada, considerando las oportunidades y los riesgos, el potencial con que cuenta y que puede llegar a contar en un futuro la empresa; y por último el camino para llegar a
- 3)La situación deseada a partir de la situación actual, este punto sería el desarrollo del plan de negocios, determinando las estrategias y proyectos para lograr el futuro deseado.

La estructura del plan de negocios comprende las siguientes ocho secciones:

1. Carátula o portada, se debe contemplar la siguiente información: nombre o razón social de la empresa, título del plan, y fecha o periodo al que corresponde.
2. Índice, es la relación del contenido del plan de negocios.
3. Introducción y propósito, se explica lo que es el plan de negocios, y se comentan las razones por el cual se esta elaborando dicho plan.
4. Resumen ejecutivo, es presentar toda información que contempla el plan de negocios en forma condensada con el objeto de que los interesados tengan una visión del contenido, y remitirse en caso de querer profundizar en algún tema a la sección deseada.

5. **Estimación de rendimiento y retomo de la inversión**, en este punto se determina en que momento la empresa va a comenzar a tener utilidades, con respecto a la inversión, se evalúa el tiempo de recuperación de la inversión y la fecha de arranque con los periodos de inversión programados.
6. **Descripción general del negocio actual**, en este punto se describe la situación de inicio de la empresa para ser superada con la estrategias establecidas en el plan de negocios. Este análisis comienza en primer lugar con la determinación de los objetivos de la empresa, razón social, giro, productos que maneja, estrategias de producción y venta. A su vez esta sección se divide en siete subsecciones en donde se describe la organización actual: la estructura organizacional, dirección, situación financiera, situación del área de producción o el área de prestación de servicios, según corresponda, el producto o servicio, situación comercial y competencia.
7. **Situación futura**: se establecen las acciones o proyectos, que son viables para la obtención del futuro planeado por la empresa, es decir en este punto se rediseña el futuro de la empresa. Asimismo se establece una descripción de los nuevos productos, los cuales deben ser rentables, se elabora un programa de actividades por cada uno de los proyectos, y para poder llevar estos a cabo se elabora un presupuesto, el cual debe incluir los aspectos legales e impositivos a los que se enfrenta la empresa y a los que se enfrentará en el mercado internacional.
8. **Anexos**, en esta última sección se agregan documentos de respaldo, información adicional, esquemas y formatos que hacen más claro, ejemplifican o amplían la información contenida en el plan.

Para elaborar el plan de negocios se recomienda tener la participación de la dirección para la obtención de la información, de ser así, el plan se podrá terminar en un plazo no mayor de un mes. Es recomendable poner en una carpeta la carátula y las secciones que conforman el plan, con el fin de que cómo se vaya recibiendo la información ésta se coloque en la sección correspondiente. Asimismo el lenguaje a utilizar debe ser claro y preciso, al igual que la información debe ser objetiva, precisa.

relevante y con fundamentos; y lo más importante es que el plan debe ser flexible a los cambios internos o externos que pueden afectar a la empresa.

3.2 ASPECTOS DEL PROCESO PRODUCTIVO

La producción es el proceso mediante el cual se elaboran los bienes o servicios; es la parte medular de toda empresa, ya que por una parte satisface un objetivo de carácter social; que es satisfaciendo las necesidades de una población con la creación del producto o servicio y por otra; un objetivo de carácter económico que es el dar a la empresa una ganancia.

Una vez que la empresa ha establecido el producto o servicio a fabricar, se procede a determinar el proceso de producción, entendiéndose como el "conjunto y secuencia de las diferentes actividades que será necesario ejecutar para elaborar el producto especificado, y lógicamente este proceso dependerá del número de unidades que se desea producir por unidad de tiempo, ya que el volumen de producción determinará el proceso seleccionado"⁴²



En el proceso de producción intervienen los insumos (materias primas, mano de obra, tecnología y capital, que combinados en un proceso (almacenaje, distribución, líneas de producción, moldes) se obtiene como resultado un producto (bienes o servicios).

Dependiendo del producto a fabricar, el ingeniero en procesos deberá determinar la secuencia lógica para las diferentes actividades de producción, es decir se debe realizar toda una planeación de todas las acciones para la elaboración del producto final con un mínimo de esfuerzo y demoras y sin desperdiciar materiales. Para auxiliarse en ésta labor son utilizados los diagramas o gráficas de procesos que son expresados en símbolos. Los símbolos utilizados para este fin son los siguientes:

⁴² Gonzalez, Hernandez Jose. Administrar para Producir, Editorial ECASA, México, 1984.

Diagrama de Procesos.

Operación ○	Una operación tiene lugar cuando se alteran intencionalmente cualesquiera de las características físicas o químicas de un objeto; cuando se le separa o une a otro objeto o cuando se le dispone para otra manipulación, transporte, inspección, o almacenaje. También sucede una operación cuando se da o recibe información o cuando tiene lugar un cálculo o planificación.
Transporte ⇒	Un transporte tiene lugar cuando se desplaza un objeto de un lugar a otro, excepto cuando tales movimientos forman parte de una operación o son causados por el operario en el lugar de trabajo durante una operación o inspección.
Inspección □	Tiene lugar una inspección cuando se examina un objeto para identificarlo o para verificar en calidad o cantidad cualquiera de sus características.
Espera D	La espera (retraso o demora) tiene lugar cuando las condiciones no permiten o no requieren la ejecución inmediata de la próxima acción planeada, excepto cuando estas condiciones cambian intencionalmente las características físicas o químicas del objeto.
Almacenaje ▽	Es la protección y entretenimiento de un objeto frente a desplazamientos no autorizados.
Actividad combinada ■	Cuando se desea señalar actividades ejecutadas por uno o varios operarios en el mismo lugar de trabajo, se combinan los símbolos de estas actividades.

Figura 3.2 Fuente. González Hernández José *ibidem* p. 303

En ocasiones el diagrama se elaborará para determinar el proceso de un nuevo producto, el desarrollo de un proceso de producción, para analizar un método actual y corregirlo, y para facilitar el logro de un mismo enfoque dentro de un grupo de trabajo.

Uno de los aspectos importantes dentro del proceso de producción es el control de: sueldos, inventarios, calidad, trabajo, costos, mantenimiento de equipos e instalaciones, y metas; logrando así que la empresa cumpla con un plazo de entrega, con la calidad pactada, y a un precio competitivo.

El control de los aspectos antes mencionados, se verá reflejado en la obtención de una utilidad del producto producido; para poder determinarla se recurre al análisis del punto de equilibrio, instrumento indispensable en la planeación de las utilidades y que; además, "proporciona a la gerencia una comprensión rápida del ingreso sobre

ventas, costos y utilidades y la forma en que se relacionan con los distintos volúmenes de producción y ventas, siendo fácil de calcular y comprender⁴³

El análisis del punto de equilibrio se representa a través de una gráfica, y también se puede obtener a través de dos ecuaciones algebraicas, considerando que el punto de equilibrio se define "como el volumen de producción en el cual los ingresos totales se igualan con los costos totales"⁴⁴.

Donde: p= precio de venta por unidad, q= cantidad producida y vendida,

CF= costos fijos y, CV= costos variables

Fórmula:

$$q = \frac{CF}{p-CV}$$

También tenemos que el punto de equilibrio se puede obtener con base a cantidades totales:

Donde: PE = Punto de equilibrio, CF = costos fijos, CV = costos variables y V = ventas.

Fórmula:

$$PE = \frac{CF}{\frac{1-CV}{V}}$$

Como se podrá observar los costos juegan un papel importante, para la determinación del precio de venta, entendiéndose como costo de producción al "conjunto de pagos, obligaciones contraídas, consumos, depreciaciones, automatización y aplicaciones atribuibles a un periodo determinado, relacionadas con las funciones de producción, distribución y financiamiento"⁴⁵. Asimismo es importante distinguir entre los costos fijos, los costos variables y el costo marginal; los primeros no sufren alteraciones ante un cambio en el volumen de la producción; los segundos varían en función de los cambios en el volumen de producción y los últimos son la parte proporcional de los costos por cada nueva unidad del producto, es lo que le cuesta al productor fabricar una unidad adicional. Algunas veces para un manejo

⁴³ Castro, Martínez Antonio, Técnicas de Administración de la Producción, Editorial Limusa, México, 1980, p.116.

⁴⁴ Castro, Martínez Antonio Op. cit, p.133.

⁴⁵ Hernández, Assemat José Enrique, Economía II, Editorial IPN, México 1995, p.134.

más exacto del punto de equilibrio, se debe hacer una distinción de los costos semivariables (electricidad, reparaciones, mantenimiento, publicidad etc.) a los cuales se les asignará un porcentaje determinado de acuerdo a la experiencia gerencial.

3.3. ANÁLISIS CONTABLE Y FINANCIERO.

Hoy en día, las empresas para poder mantenerse con éxito en el mercado nacional y poder enfrentar con éxito el proceso de apertura económica que se está dando paulatinamente en nuestro país, deben recurrir al estudio de sus estados financieros a través de la aplicación de instrumentos, que le permitan evaluar su crecimiento, solvencia y rentabilidad y a la vez proporcionar las herramientas para la planeación financiera a futuro.

El análisis financiero es definido como "un conjunto de principios y procedimientos que permiten que la información de la contabilidad, de la economía y de otras operaciones comerciales sea más útil para propósitos de toma de decisiones."⁴⁶

Existen distintas técnicas para el análisis de los estados financieros, siendo el más utilizado el método de ratios o razones financieras, entendiéndose éste como "una relación entre dos cantidades de los estados financieros de una empresa, la que se obtiene dividiendo una cantidad entre otra."⁴⁷ El objetivo de utilizar este método es reducir la cantidad de datos a una forma práctica y darle un mayor significado a la información. Asimismo es importante que el analista aplique las razones más apropiadas para una situación dada, ya que la aplicación de una cantidad enorme de razones existentes, puede contraponerse con el objetivo de las razones financieras: "reducir la cantidad de datos financieros a una forma práctica"; pero esto no significa que se deba ir a los extremos, el de aplicar solamente una razón, la cual no conllevaría a ninguna información. El valor deriva de la aplicación de un conjunto de razones y de su comparación con alguna otra, como sería la misma razón de periodos anteriores o con el promedio de la industria. La aplicación de las razones financieras pocas veces proporcionan respuestas concluyentes y algunas veces se

⁴⁶ Viscione, Jerry A. Analisis Financiero, Principios y Métodos, Editorial Limusa, México, 1996, p.32.

⁴⁷ Viscione, Op. Cit, p.53.

TESIS CON FALLA DE ORIGEN

pueden detectar las fortalezas o debilidades de ciertas áreas de la empresa. El analista deberá utilizar las razones para señalar las áreas de mayor interés.

Las razones financieras se pueden clasificar en cuatro rubros: *razones de liquidez*, las razones que se incluyen en este punto tienen como función determinar cuál es la capacidad de la empresa para pagar su pasivo circulante o a corto plazo a su vencimiento; *razones de productividad*, estas razones ayudan a evaluar la capacidad de la empresa de controlar sus gastos para obtener una utilidad razonable de los recursos económicos comprometidos; *razones de apalancamiento financiero*, estas razones miden qué tanto la empresa se apoya en deudas para su financiamiento; *razones de eficiencia*, estas razones indican la astucia con que la empresa ha administrado sus activos.

Para tener más claro la aplicación de las razones financieras se partirá de un balance general acumulado.

Compañía A
Balance General al 31 de diciembre del 2001
(cifras en miles de pesos)

<p>Activo circulante:</p> <p>Bancos/caja \$ 428</p> <p>Clientes \$2,158</p> <p>Almacén \$1,912</p> <p>Otros circulantes \$ 572</p> <p>Activo Fijo:</p> <p>Edificio, equipo \$3,400</p> <p>Total \$8470</p>	<p>Pasivo circulante:</p> <p>Deuda a corto plazo \$ 3,605</p> <p>Pasivo a largo plazo:</p> <p>Deuda a largo plazo \$ 500</p> <p>Capital contable</p> <p>Capital social \$ 943</p> <p>Utilidades ejerc.ant \$3,422</p> <p>Total \$8.470</p>
----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

TESIS CON FALLA DE ORIGEN

Razones de liquidez

Razón de circulante : $\frac{\text{Activo circulante}}{\text{Pasivo circulante}}$	Determina la capacidad de la empresa para pagar sus pasivos a corto plazo. Una proporción sana sería 2:1
Prueba de Acido = $\frac{\text{Activos circulantes} - \text{Inventarios}}{\text{Pasivos circulantes}}$	Determina con más precisión la capacidad de la empresa de hacer frente a sus pasivos circulantes, excluyendo los inventarios debido a que existen artículos de lento movimiento. Una proporción buena es de 1: 1

Razones de productividad

Rendimiento sobre los activos = $\frac{\text{Utilidad neta después de impuestos}}{\text{Total de activos}}$	Se utiliza para medir la tasa de rendimiento, y la cual se deberá medir con el promedio de la industria.
Rendimiento sobre la inversión = $\frac{\text{Utilidad neta después de impuestos}}{\text{Inversión}}$	Esta razón es solo una aproximación del rendimiento sobre la inversión y algunas veces puede ser engañosa.

Razones de apalancamiento financiero.

$\frac{\text{Total de pasivo}}{\text{Total de activos}}$	Se utiliza con frecuencia para indicar la proporción de los activos que se financian con los pasivos.
Razón de Capitalización = $\frac{\text{Deuda a largo plazo}}{\text{Deuda a l p} + \text{Cap Contable}}$	Esta razón indica la porción del capital permanente que se financia con endeudamiento
Razón de cobertura de intereses = $\frac{\text{Utilidad antes de intereses e impuesto}}{\text{Intereses}}$	Determina la capacidad de la empresa de pagar sus intereses.
Razón de cobertura de gastos = $\frac{\text{Utilidad antes de cargos fijos e impuestos}}{\text{Cargos fijos + Pagos de capital} - \text{Tasa de impuesto}}$	Determina si la empresa es capaz de pagar el capital y otros cargos fijos, así como el interés.

TESIS CON FALLA DE ORIGEN

Razones de eficiencia.

$\text{Rotación del activo} = \frac{\text{Ventas netas}}{\text{Total de los activos}}$	Determina que capacidad tiene la empresa de generar ventas con el activo que tiene.
$\text{Rotación de cuentas por cobrar} = \frac{\text{Ventas netas}}{\text{cuentas por cobrar}}$	Determina cuanto tiempo se tarda la empresa en recuperar las cuentas de clientes
$\frac{\text{Días en el año}}{\text{Rotación}}$	Determina los días de recuperación de las cuentas por cobrar

Ejemplificando lo anterior aplicaremos la siguiente razón:

Razón de circulante= Activos circulantes/ Pasivos circulantes

$$= 5,070/3,605$$

$$= 1.41 \text{ (una situación financiera sana sería 2:1, esto quiere decir}$$

que la empresa es capaz de pagar sus deudas a corto plazo. Sin embargo la naturaleza del negocio puede ser que la razón de 1.41:1 sea completamente buena. Por lo que esta razón se deberá comparar con el promedio de la industria.

3.4 ANÁLISIS DE FODAS O SWOT.

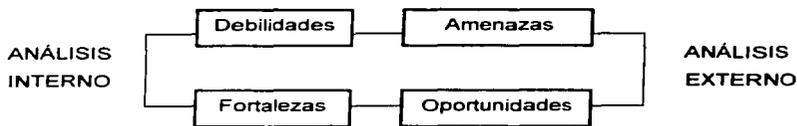
Es importante que las micro, pequeñas y medianas empresas, principalmente, cuenten hoy en día con un plan estratégico que les permita hacer frente a un mundo globalizado, donde la competitividad es un arma letal para las empresas que no estén preparadas.

Algunas técnicas de diagnóstico fueron desarrolladas desde los años setenta, como instrumentos de apoyo para la planeación estratégica, entendiéndose como un "programa o método de administración de recursos para obtener ganancias."⁴⁶ que analiza la situación actual de la empresas, la meta a alcanzar y los medios para lograrlo.

Una de las técnicas más difundidas, y comprensibles para el diagnóstico de la empresa es el llamado análisis FODA(Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y

⁴⁶ Craig, S. Rice. Planeación Estratégica para la Pequeña y Mediana Empresa. Editorial Patria, México, 1993, p. 15.

Amenazas) o también conocido por sus siglas en inglés como SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats). El procedimiento consiste en determinar por una parte las Fortalezas y Debilidades que presenta internamente una empresa y por otra parte determinar las Oportunidades y Amenazas a las que está expuesta en el exterior. Ver figura siguiente:



Los directivos de la empresa y asesores, que intervengan en la elaboración de la planeación estratégica, serán los encargados de identificar: la competencia empresarial, proyectar su posicionamiento en el mercado, determinar la situación competitiva de la empresa frente a sus adversarios, determinar sus fortalezas, así como el mejoramiento de sus debilidades. También deberán encontrar nuevas oportunidades del negocio en el entorno económico, y proyectar las posibles amenazas que pueden surgir para alcanzarlas.

El análisis FODA o DOFA suele representarse mediante un cuadro que integra una serie de puntos estratégicos, para su análisis, como se muestra en el siguiente ejemplo.

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

Ejemplo de análisis DAFO.

D

- ✓ Exceso de inventarios
- ✓ Calidad baja
- ✓ Publicidad poco eficiente
- ✓ Exceso de capacidad productiva
- ✓ Tecnología obsoleta
- ✓ Falta de directivos

F

- ✓ Buena red de ventas
- ✓ Posición financiera sólida
- ✓ Liderazgo en productos clave
- ✓ Costos competitivos
- ✓ Dominio mercado de proveedores

A

- ✓ Competencia internacional
- ✓ Productos sustitutos
- ✓ Leyes restrictivas
- ✓ Inestabilidad monetaria
- ✓ Incertidumbre socio- política

O

- ✓ Poca competencia
- ✓ Fuerte crecimiento del mercado
- ✓ Posibilidades de exportación
- ✓ Diversificación hacia mercados internacionales.

Fuente Pérez Maya José. *Estrategia Gestión y Habilidades Directivas*. Ed. Díaz Santos. Madrid 1997.p.33

Una vez que se han detectado los puntos fuertes y débiles y a su vez las oportunidades y amenazas, se procede hacer una combinación de las anteriores permitiendo así el establecimiento de estrategias; siendo representadas en el cuadro de la forma siguiente:

DAFO estratégico

Análisis de
la empresa

		Análisis del Entorno	
		Amenazas	Oportunidades
Puntos fuertes	Puntos fuertes	Estrategias defensivas	Estrategias ofensivas
	Puntos débiles	Estrategias de supervivencia	Estrategias de reorientación

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

3.5 DIMENSIÓN DEL POTENCIAL EXPORTADOR DE LA EMPRESA.

Los empresarios mexicanos se enfrentan en la actualidad a una apertura comercial paulatina, que conlleva a hacer frente a un entorno mundial de intensa competencia, trayendo por una parte un beneficio a los consumidores finales, que tendrán distintas opciones para elegir un producto que se adapte a cualquier tipo de necesidad y presupuesto; por el otro lado los empresarios mexicanos se verán en la necesidad de innovar sus productos, ofreciéndolos a precios competitivos y con un alto grado de calidad. Pero la tarea del empresario no termina solamente al satisfacer el mercado nacional, debe considerar su expansión a nivel internacional que le permita incrementar sus ganancias y aprovechar la apertura comercial que se está dando a nivel mundial y a su vez contar con tasas preferenciales de crédito para competir con los países con que México tiene firmados tratados comerciales. Esto no quiere decir que todas las empresas estén preparadas para exportar, al tomar esta decisión se deberá elaborar un estudio concienzudo de su capacidad de producción para hacer frente a los volúmenes solicitados. Si al hacer el análisis de la capacidad instalada es insuficiente se deben detectar las causas y darles solución, algunas de estas causas pueden ser: insuficientes instalaciones, instalaciones operadas debajo de su capacidad, falta de capital de trabajo o falta de insumos que hacen detener la producción. Adicionalmente se deberá contar con un producto exportable que reúna las características y especificaciones de volumen, costo, calidad y diseño y que el producto contemple las características mercadológicas y ecológicas que lo pueden hacer competitivo en otros mercados, y posteriormente, calcular el precio de venta para no vender abajo de sus costos. Una vez que se tiene el producto exportable, dependerá de la capacidad financiera de la empresa el que pueda seguir adelante con el proceso de exportación

El producto como objeto de la exportación debe ser definido para determinar su potencial exportador y evaluar los posibles obstáculos a los que se puede enfrentar; algunas de las características que deberá tomar en cuenta el exportador son los siguientes: 1) Clasificación arancelaria, debe ser la correcta, porque determinará las regulaciones arancelarias y no arancelarias que le corresponden; 2) Características accesibles por los sentidos, se determinan en base a los gustos de los

consumidores(textura, tamaño, forma, color y envase.); 3) Mayor duración del producto, abarca las especificaciones técnicas, cuidados, términos de garantía, posibles riesgos para su utilización; todos estos factores pueden formar parte de una ventaja competitiva; 4) La especificación de insumos, se debe especificar en el producto las formulaciones que lo conforman. El diseño forma parte importante para que pueda ser competitivo en el mercado meta; asimismo, el costo es parte fundamental para determinar el precio de exportación, el cual debe ser rentable para el exportador. 5) Envase y embalaje, el envase o empaque como presentación inicial del producto deberá tener las siguientes consideraciones: ser atractivo a la vista del consumidor, lo que le sugerirá que el producto vale la pena comprarlo; el material utilizado para el empaque debe ser biodegradable o reciclable; la duración, forma, creatividad, funcionalidad y uso posterior del envase.

El embalaje juega un papel importante, ya que debe de proporcionar optimización en el manejo de la mercancía, ahorro de espacios en bodegas y transporte, resistencia y duración, considerar que el material utilizado no vaya tener problemas de regulaciones no arancelarias y principalmente proteger al producto contra el maltrato, humedad y temperaturas altas.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

3.6 OFERTA EXPORTABLE.

Una vez que la empresa se ha autodiagnosticado, y ha concluido que puede ser parte de la actividad exportadora y que está en condiciones de competir internacionalmente se procede a "identificar sus oportunidades de exportación y elegir aquella donde sus posibilidades de éxito sean mayores, es decir, donde reside su ventaja estratégica"⁴⁹ en relación con las características del producto exportable y/o su oferta exportable entendiéndose esta última como "la cantidad de bienes que un productor está dispuesto a mandar al mercado a los diferentes precios que en él operen".⁵⁰

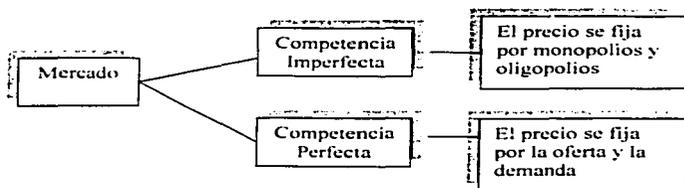
Para poder determinar la oferta exportable, el empresario deberá considerar los siguientes aspectos: determinación de la capacidad de producción, analizar si la

⁴⁹ Flores, Paredes Joaquin, Op. Cit. p. 118.

⁵⁰ Baca, Urbina Gabriel, Evaluación de Proyectos de Inversión, Editorial Mc.Graw Hill, p.20.

empresa es capaz de soportar un aumento en la demanda sin que se vea afectada la calidad del producto, y evaluar el abastecimiento de sus insumos. En dado caso que una empresa no sea capaz de hacer frente a la demanda de sus clientes, puede recurrir a la unión con otros productores para hacer frente al mercado internacional; hay que estar muy consciente de que si no se cumple con los volúmenes pactados con el cliente, puede provocar un desprestigio para la empresa y el fracaso en la actividad exportadora.

La oferta al igual que la demanda están en función de varios factores como son los precios en el mercado relacionado con el producto, los apoyos gubernamentales a la producción, el tipo de mercado a que se enfrenta (competencia perfecta e imperfecta) y los proveedores de otros productos sustitutos o complementarios.



Para poder seleccionar el mercado más conveniente hay que recurrir a las fuentes de información secundarias como son la página de Internet de la Secretaría de Economía, o bien, en BANCOMEXT existe un servicio que consiste en la difusión entre importadores potenciales, de la oferta exportable a través de sus catálogos, listado de precios y muestras; y a las fuentes primarias mediante un estudio de mercado que le permita analizar, conocer, y evaluar las características del mercado donde se desea exportar.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

4. ELABORACIÓN DEL PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPORTACIÓN DE PECES DE MADERA A SAN JOSÉ, COSTA RICA.

4.1 ANÁLISIS ESTRATÉGICO DE LA EMPRESA Y DETERMINACIÓN DEL MERCADO META

Descripción del negocio actual.

Nombre de la empresa: Artesanías Yucatán S.A. de C.V.

Ubicación : Calle 5 no.598 por 21 diagonal, Residencial Pensiones, Mérida Yucatán.

Historia breve: Artesanías Yucatán S.A. de C.V. fue fundada por e Sr. Eduardo Robles Arévalo en el año de 1994. El empezó el negocio, con la recopilación de las principales artesanías que se producen en la región, para ser comercializadas en los distintos lugares turísticos del estado de Yucatán y Quintana Roo.

Hoy en día Artesanías Yucatán es una empresa líder en la distribución de las principales artesanías producidas en la región en los centros turísticos de Yucatán y Quintana Roo.

Para lograr una rápida y eficiente distribución de nuestros productos estamos ubicados en una zona estratégica en la Ciudad de Mérida, debido a que los principales productores de artesanías están ubicados a una hora de la ciudad.

Administración: Presidente, Lic. Eduardo Robles. Los gerentes clave son; Gerente Administrativo Lic. Sara Diaz; Gerente de Ventas, Ing. David García.

Empleados: 2 choferes, 2 ayudantes, 1 secretaria, 1 auxiliar administrativo, 4 vendedores, 2 gerentes, 1 auxiliar contable.

Habilidades: Cada empleado fue seleccionado en base a sus conocimientos, habilidades y experiencia.

Asesores clave: Contador Público Lic. Luis Manuel Garadí.

Proveedores: Artesanías Hunucmá, Artesanías Ticul, Cooperativa Yucateca.

Misión: Satisfacer las necesidades de nuestros clientes brindándoles una atención personalizada; amplia variedad de productos a precios competitivos, fomentando un clima laboral de apertura, confianza y desarrollo; incrementando el capital invertido, participando activamente en el crecimiento y desarrollo de nuestra sociedad.

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

Visión: Lograr el liderazgo en la comercialización de productos artesanales yucatecos a nivel internacional, apoyándonos en los beneficios que proporcionan los tratados comerciales que México ha firmado a través de un crecimiento integral y con la plena colaboración y desarrollo de nuestra gente.

MERCADO

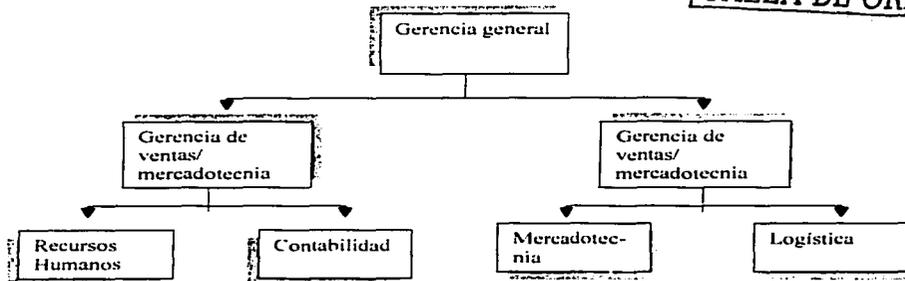
El mercado en el cual participamos, las ventas de artesanías se incrementaron en un 2%, debido a la difusión que nuestro país ha dado a éstas.

Estimamos que para el año 2003, nuestro mercado incrementará su nivel de compras, basado en el aumento de afluencia turística que se ha dado año tras año en nuestros principales centros de distribución.

Nuestro organigrama:

ARTESANÍAS YUCATÁN S.A. DE C.V.

TESIS CON
 FALLA DE ORIGEN



Las funciones que intervienen en cada departamento son las siguientes:

Gerencia General	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Elaboración del plan estratégico ✓ Dirección y organización
Gerencia Administrativa	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Elaboración de flujos de efectivo. ✓ Pago a proveedores ✓ Registro de operaciones y pago de impuestos. ✓ Reclutamiento y selección de personal

	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Pago de nóminas
Gerencia de ventas	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Promoción a clientes ✓ Análisis de clientes ✓ Publicidad y propaganda ✓ Cobranza a clientes, y autorizaciones de crédito. ✓ Investigación de mercados.

**ARTESANÍAS YUCATÁN S.A. DE C.V.
ANÁLISIS DE FODAS**

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

Fortalezas

- ✓ Las artesanías que se producen en los distintos poblados de Yucatán, son únicas en el mundo.
- ✓ Liderazgo en la comercialización de las artesanías yucatecas en los principales centros turísticos de Yucatán y Quintana Roo.
- ✓ Compra a proveedores por mayoreo, lo que permite ofrecer a los distribuidores un precio competitivo y una mayor ganancia.
- ✓ Los materiales utilizados para la elaboración de las artesanías son únicos en el Estado de Yucatán
- ✓ Créditos con proveedores

Debilidades

- ✓ El no ser productora de las artesanías.
- ✓ Inversión muy escasa en publicidad.
- ✓ Rotación de personal administrativo
- ✓ Falta de incentivos a personal de ventas.
- ✓ No contar con personal preparado para incursionar en el mercado mundial

Oportunidades

- ✓ Las artesanías mexicanas son apreciadas, a nivel mundial, principalmente en países europeos, y del norte de América.
- ✓ México tiene firmado 10 tratados de libre comercio.
- ✓ Creación de nuevos diseños.
- ✓ Algunos de nuestros productos, juegan un doble papel: artesanía y producto promocional.
- ✓ La diversificación de nuestros productos a nivel mundial.
- ✓ Aranceles preferenciales, en los países que han firmado tratados comerciales con México.

Amenazas

- ✓ El cierre de algún taller artesanal.
- ✓ El establecimiento de normas ecológicas y el que se vea amenazado algún producto artesanal yucateco.
- ✓ Algunos productos artesanales yucatecos elaborados a base de madera, o piedra pueden sufrir desabasto de la materia prima.
- ✓ La piratería de algunos diseños, con otros materiales.
- ✓ El incumplimiento de los volúmenes pactados por los proveedores.



ARTESANÍAS YUCATÁN

Calle 5 No 598 x 21 Diag. Res. Pensiones V ctapa
 Mérida Yucatán México C.P. 97217
 Tel. (999) 987.6155 987.5960

ARTESANÍAS YUCATÁN S.A. DE C.V.

Estado de Posición Financiera al 31 de diciembre del 2001
 Calle 5 no. 598 por 21 diagonal . Residencial Pensiones. Mérida Yuc.
 RFC:AYU970624D21

Activo Circulante		Pasivo circulante	
Caja y Bancos	\$48,950.00	Proveedores	\$35,337.00
Ciientes	\$62,119.00	Acreedores div.	\$14,000.00
Inventarios	\$91,322.00	Suma pasivo circulante	\$49,337.00
Suma activo circulante	\$202,391.00		
Activo Fijo		Capital contable	
Mob.y equipo de ofna.	\$47,900.00	Capital social	225,215.85
Equipo de computo	\$73,330.00	Reserva legal	9,733.00
Equipo de Transporte	\$200,000.00	Utilidades acum.	139,000.00
Depreciación de mobiliario	\$(9,580.00)	Utilidades del ejerc	58,752.00
Depreciación de eq.computo	\$(18,332.00)	Suma capital	432,700.85
Depreciación.de eq. Transporte	\$(41,654.00)		
Suma activo fijo	\$251,664.00		
Activo Diferido			
Gastos de Instalación	\$17,271.00		
Gastos de organización	\$15,650.00		
Amortización de gastos inst.	\$(2,590.65)		
Amortización de organización	\$(2,347.50)		
Suma activo diferido	\$27,982.85		
Total de activo.		\$482,037.85 Total de Pasivo más. Capital.	482,037.85

TESIS CON FALLA DE ORIGEN

ARTESANÍAS YUCATÁN SA DE CV

Estado de Resultados al 31 de diciembre del 2001
 Calle 5 no. 598 por 21 diagonal . Residencial Pensiones. Mérida Yuc.
 RFC:AYU970624D21

Ventas	480,000.00	
Costo de ventas	240,000.00	
Utilidad bruta		240,000.00
Gastos de admón. 50%	90,000.00	
Gastos de venta 50%	90,000.00	
Utilidad de operación		60,000.00
Otros gastos		1,248.00
Utilidad antes de impuestos		58,752.00

ARTESANÍAS YUCATÁN S.A. DE C.V.
Análisis Financiero del ejercicio 2001

Razón de solvencia	=	Activo circulante/ Pasivo circulante
	=	202391/49337
	=	4.10
Prueba de ácido	=	Activos circulantes-Inventarios/ Pasivos circulantes
	=	(202391-91322)/ 49337
	=	2.25
Apalancamiento Financiero	=	Total de pasivo/ Total de activos.
	=	49337/ 482037
	=	.10
Rotación de Cuentas por Cobrar	=	Ventas netas/ cuentas por cobrar
	=	480000/62119
	=	7.72
Rotación del Activo	=	Ventas netas/ Total de activos
	=	480000/ 482037
	=	.99

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

Interpretación del Análisis Financiero

La empresa Artesanías Yucatán S.A. de C.V. presenta al 31 de diciembre del 2001, una situación financiera sana y solvente, siendo capaz de hacer frente a sus obligaciones inmediatas de manera desahogada. Además es importante destacar que es una empresa que se financia de un 10 por ciento de los pasivos. Sin embargo la empresa tiene capacidad ociosa de activos ya que por cada peso invertido en activo solamente esta generando \$.99 de ventas, por lo que se recomienda que la empresa diversifique sus mercados.

La recuperación de las cuentas por cobrar de Artesanías Yucatán S.A. de C.V. es de una semana, cumpliendo así la política de la empresa de ofrecer a sus clientes un crédito de 7 a 15 días.

En conclusión Artesanías Yucatán S.A. de C.V. es una empresa sólida y confiable, capaz de hacer frente a sus deudas a largo y corto plazo.

☛ **Oferta Exportable.**

Artesanías Yucatán S.A. de C.V., compra y vende diversas artesanías producidas en el estado de Yucatán. Partiendo de este concepto y de acuerdo a los reportes de contabilidad, y a nuestra experiencia en el mercado dentro del cual nos desenvolvemos el artículo artesanal con mayor movimiento es el de los peces fabricados con madera y pintados a mano, siendo una copia casi exacta de la fauna del mar caribe.

Los proveedores de esta artesanía están ubicados en la población de Hunucmá Yucatán. En la actualidad estamos desplazando aproximadamente 2000 piezas por mes a todo lo largo de la costa del Caribe Mexicano.

En pláticas sostenidas con los productores de esta artesanía, planteamos la necesidad de exportar su producto a otros países que tuvieran costas en el mar caribe, establecer volúmenes de producción exportable y fijar los precios de venta. De las negociaciones anteriores se obtuvo lo siguiente:

Los distintos proveedores determinaron con seguridad y bajo pedido anticipado de 15 días, que los peces que podían fabricar en base a su capacidad instalada, para abastecer el mercado internacional es la siguiente:

Oferta exportable:

Artesanías Hunucmá	600
Cooperativa Yucatán	500
Artesanías Chac	200
Total de oferta exportable	1300 unidades mensuales

A continuación se describe de forma breve el proceso de producción de los peces de madera. (información proporcionada por uno de nuestros proveedores)

☛ **Antecedentes:**

Los peces que fabrican nuestros proveedores, son elaborados en base a la madera del árbol de Chakah que es un árbol abundante en la zona de la península de

Yucatán, de color ocre y que se distingue por tener una densidad muy baja, lo cual la hace perfecta para este uso por su bajo peso y fácil manipulación.

La madera de Chakah es comprada a leñadores en troncos de distintos tamaños.

Proceso de Producción

Cabe recalcar que todo el proceso de producción es manual y 100% artesanal.

- ① El proceso inicia limpiando los troncos de su corteza y cortándolos al tamaño necesario para cada tipo de figura.
- ② Posteriormente se corta la figura y el grueso dependerá del pez a elaborarse.
- ③ Teniendo la figura lista, se comienzan a rebajar los costados y relieves para darle el volumen y la forma del pez. Las figuras son tridimensionales.
- ④ Aquí es donde se divide la producción en dos distintos tipos de productos: piezas completas y mitades utilizadas para ser pegadas sobre superficies planas.
- ⑤ Acto seguido se procede a lijar y pulir la superficie de la madera para poder continuar con el proceso de pintado.
- ⑥ A todas las figuras se les hace un orificio en la parte inferior para poder ser clavados en los palillos de la fase de pintura.
- ⑦ El primer paso en el proceso de pintado, es aplicar una capa de solución para evitar el ataque a la madera por termitas u otros animales, posteriormente se pinta con pistola de aire el color base del pez en cuestión, se seca y se pintan uno a uno los colores de fondo adicionales que el pez tenga.
- ⑧ Terminado este proceso, se llega a la etapa de pintado con pincel de rasgos como son las aletas, escamas, los ojos y tornasoles de cada pez. En ocasiones este proceso puede tomar hasta 8 etapas distintas.
- ⑨ Si el cliente así lo desea, se puede pintar el nombre del lugar donde se venderán (Vgr. Belice, Puerto Rico, Bahamas, Cozumel, Miami, etc), ya que se trata de un producto 100% orientado al turismo.

Terminado el secado, se mandan las piezas para su presentación final que son:

- Peces sueltos
- Peces en base de Concha
- Mitades sueltas

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

- > Mitades con imán
- > Mitades con alcayata

En el caso de los peces montados en concha, estas son naturales, completas y seleccionadas según el tamaño del pez.

⊗ El empaque individual final se hace en bolsas individuales de nylon.

4.2 COMPETITIVIDAD DE LA EMPRESA Y SU PRODUCTO EN EL MERCADO META.

En base a nuestra experiencia en el mercado en que incursionamos y que contamos con una situación financiera favorable ; Artesanías Yucatán S.A. de C.V, decide incursionar en el mercado internacional con una artesanía mexicana que son los peces de madera. El mercado que seleccionamos para introducir esta artesanía es San José, Costa Rica

En las siguientes líneas se realizará la justificación del producto y el mercado seleccionado.



Figura 1
Pez de madera

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN



✓ **Ventajas competitivas del producto.**

Fracción arancelaria: 44201000 Categoría B. El código numérico de S.A.C. está representado por ocho dígitos que identifican: los dos primeros, al capítulo; los dos siguientes, a la partida y el tercer par, a la subpartida.

- ✓ Es un producto 100% artesanal.
- ✓ Juega un doble papel : de artesanía y producto promocional. Este último punto se refiere a que los peces que comercializamos se les pinta una leyenda como se muestra en la figura número uno, es decir promocionando la región donde se comercializa el producto.
- ✓ Los peces de madera son una copia exacta de las especies que se encuentran en el Mar Caribe.
- ✓ Es un producto dirigido a los turistas.
- ✓ Por ser un producto artesanal es un diseño original.
- ✓ El precio al destinatario final es económico.
- ✓ Es un producto ligero.

ARTESANÍAS YUCATÁN S.A. DE C.V.
Lista de precios de venta de peces de madera.

Tamaño	Costo	Precio de venta Distribuidor
Peces enteros		
Micro	3.50	5.95
Chico	5.50	9.35
Mediano	9.50	16.15
Grande	15.50	26.35
Extragrande	20.50	34.85
Peces mitades		
Micro	2.50	4.25
Chico	3.50	5.95
Mediano	7.50	12.75
Grande	12.00	20.40
Peces servilleteros		
Mediano	19.00	32.30
Grande	26.00	44.20

Precios en moneda nacional



Regulaciones arancelarias de nuestro producto:

Detalle del Arancel (Importación)

Capítulo 44 MADERA, CARBÓN VEGETAL Y MANUFACTURAS DE MADERA

Partida 4420 MARQUETERÍA Y TARACEA (INCRUSTACION); COFRECILLOS Y ESTUCHES PARA JOYERÍA U ORFEBRERÍA Y MANUFACTURAS SIMILARES, DE MADERA; ESTATUILLAS Y DEMAS ARTICULOS DE ADORNO, DE MADERA; ARTICULOS DE MOBILIARIO, DE MADERA, NO COMPRENDIDOS EN EL CAPITULO 94

Inciso 4420100000 - Estatuillas y demas articulos de adorno, de madera.

NMF*(%) 15 %

(*) Incluye la Ley 6946

Inciso
4420100000

CANCELACIÓN
B

Año: 2002 País: México
Arancel Preferencial 0%

No hay comentarios generales para esta partida.

Regla de Origen

Un cambio a la partida 44.08 a 44.21 de cualquier otra partida.

Fuente: www.procomer.com/siac/cliente/detarimp.asp

Regulaciones no arancelarias de nuestro producto:

Permiso de exportación e importación de productos y subproductos forestales (MREM01).

Norma de etiquetado.

Nota: Se solicitará permiso a la Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales (SEMARNAT), en la que conste que la madera utilizada para la elaboración de peces de madera no se encuentra contaminada y puede ingresar a Costa Rica sin que pueda dañar su medio ambiente.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN



☛ JUSTIFICACIÓN DEL MERCADO META.

Costa Rica es sin duda el país más estable y próspero de Centroamérica, según datos de la Embajada Holandesa. El país ha tenido un rápido crecimiento económico durante los últimos años (8% en 1999, pero solo 1.5% en 2000), teniendo las inversiones extranjeras directas más elevadas de Latinoamérica. Se estima que las compañías holandesas han invertido hasta la fecha millones de florines en forma directa. Principalmente, se trata de inversiones en el sector forestal, horticultura y en menor cantidad en turismo.

"Asimismo inversionistas de todo el mundo, han podido comprobar las numerosas ventajas que ofrece Costa Rica como destino de sus inversiones. El alto nivel de productividad derivado de una mano de obra calificada, educada y saludable, junto a una tradición de democracia, estabilidad política y posición geográfica estratégica, hacen de Costa Rica un sitio ideal para invertir en las Américas"⁴⁹

☒ Generalidades.

Nombre Oficial: República de Costa Rica.

Área: 51100 Km.²

Idioma Oficial: Español.

Ubicación geográfica: América Central. Limita al Norte con Nicaragua y el Mar Caribe y al sur con Panamá. Posee costas en el Océano Pacífico y en el Atlántico.

Capital: San José.

Moneda: Colón.

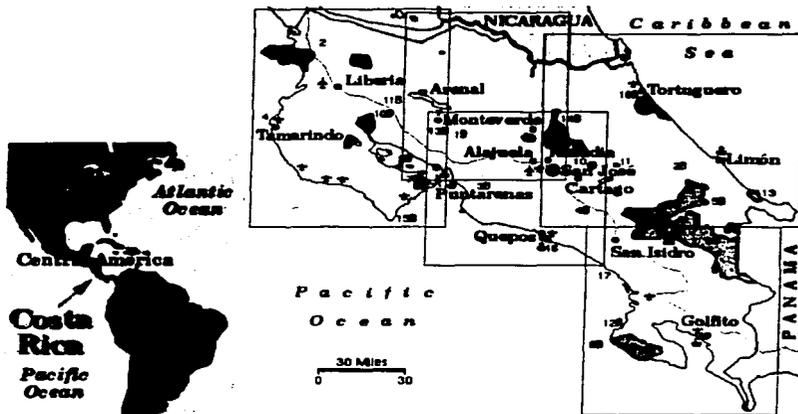
Tipo de Cambio: 369.33 colones por dólar americano (al 1 de octubre del 2002).

Clima: Debido a las características geográficas de Costa Rica, las condiciones climáticas son muy variables. En el Atlántico y el Pacífico Sur el clima es tropical, con estaciones no definidas, mientras que el resto del territorio existe una estación lluviosa (mayo a noviembre) y una seca (diciembre a abril), la temperatura de las costas y playas oscila entre los 21 °C y 32° C.

⁴⁹ www.bienes-raices.co.cr_es.htm

Sistema de Gobierno: Democrático, estable.

MAPA DE COSTA RICA.



Fuente: www.mcx.es/turismo/infopais/costarica/Costarica.htm

➤ Acceso al mercado.

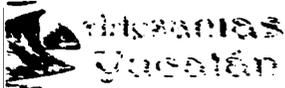
Transporte: Costa Rica dispone de una red vial de aproximadamente 37821.88 Km. entre carreteras y caminos. Asimismo puertos en ambas costas; Limón y Moin en el Atlántico y Puntarenas, Caldera, Golfito y Quepos en el Pacífico.

"Los puertos más importantes por volúmenes de carga son: Limón, Moin y Caldera.

El país cuenta con tres aeropuertos internacionales: el Juan Santamaría, ubicado a 16 Km. de la capital, el Daniel Oduber Quirós ubicado a 16 Km. en Guanacaste y el de Puerto Limón."⁵⁰

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

⁵⁰ www.mcx.es/turismo/infopais/costarica/Costarica.htm



Calle 5 No. 598 x 21 Diag. Res. Pensiones V etapa
Mérida Yucatán México C.P. 97217
Tel. (999) 957.6155 957.5960

Política Comercial de Costa Rica: La política comercial de Costa Rica gira entorno a promover, facilitar y consolidar la inserción del país en la economía internacional, a fin de proporcionar el crecimiento de la economía costarricense. Para lograrlo ha firmado tratados de libre comercio con México, República Dominicana y Chile. Además forma parte del Tratado General de Integración Centroamericana desde 1963 y mantiene un acuerdo comercial con Panamá.

Aranceles y otros impuestos: Los países que no tengan firmado un tratado de libre comercio con Costa Rica, estarán sujetos al tratamiento general para las importaciones, como es el impuesto selectivo de consumo que va desde un 5% a 75%, impuesto de ventas 13% y un 1% que se le impone a todas las mercancías excepto a las medicinas.

Regulaciones no arancelarias: La mayoría de los productos no requieren licencias, sin embargo, medicinas, cosméticos, productos químicos, alimentos procesados y bebidas requieren un permiso de importación del Ministerio de Salud. Las armas y municiones requieren una licencia del Ministerio de Seguridad.

Los productos importados, en algunos casos, deben cumplir con algunos requisitos para ingresar al mercado costarricense. Entre ellas figuran las regulaciones fitozoosanitarias, registro de productos, normas de etiquetado, normas de calidad, entre otros.

Aduanas:

- Aduana Central (San José)
- Puerto Limón
- Puerto Caldera
- Santamaría.
- Peñas Blancas
- La Anexión.
- Paso Canoas

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**



Principales exportadores a Costa Rica de la fracción arancelaria 44201000
Ejercicio 2000

País	Valor CIF US\$	Peso Bruto KG
Estados Unidos	49,570	18948
Indonesia	39,592	34943
India	33,964	6052
Nicaragua	28,017	6816
China	16,335	6658
Ecuador	11,958	2775
México	11,580	6154
Hong Kong	9,781	3833
El Salvador	9,448	1087
Totales del ejercicio 2000	240,813	99,036

Fuente: www.procomer.com

Como se observa en el cuadro anterior, Estados Unidos es el principal exportador de la clasificación arancelaria 44201000, y México esta en la séptima posición de exportación de este producto.

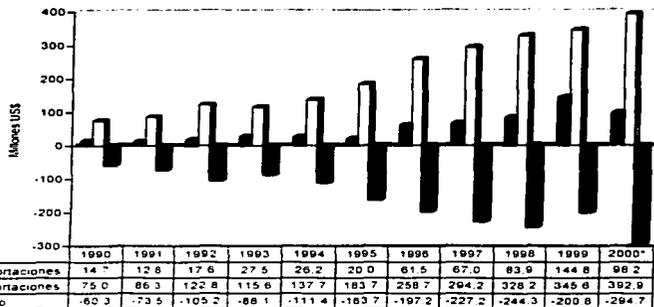
De los países que conforman este cuadro, México, Nicaragua y el Salvador tienen firmado con Costa Rica tratados de libre comercio gozando de un trato preferencial con respecto a los otros países que aparecen en este cuadro.

Costa Rica: Principales productos comerciados con México
Ejercicio 2000

Productos exportados		Productos importados	
Producto	Participación	Producto	Participación
Aceite en bruto	28,2%	Medicamentos	9,9%
Circuitos modulares	11,6%	Automóviles	7,4%
Hojas de aluminio	8,6%	Textiles	6,7%
Anuncios y carteles luminosos	4,1%	Papel y cartón	4,3%
Pilas cilíndricas	3,6%	Polímeros de cloruro	4,0%
Materias textiles	3,5%	Televisores	3,4%
Secadores de pelo	3,3%	Asfalto	2,3%
Medicamentos	2,9%	Cinc en bruto	2,2%
Partes para máquinas	2,9%	Libros y diccionarios	1,9%
Refrigeradores domésticos	2,4%	Alambre de cobre	1,4%
Otros	26,9%	Otros	56,5%

Fuente: B.C.C.R y PROCOMER

TESIS CON FALLA DE ORIGEN



Nota: A partir de 1994 se incluye Zona Franca y Perfeccionamiento Activo.
Fuente: B.C.C.R. y PROCOMER

Como se observa en esta gráfica Costa Rica mantiene un déficit en su balanza comercial, teniendo más importaciones que exportaciones. Por lo tanto México tiene gran oportunidad de exportar a este país.

☞ Turismo.

Es importante destacar el crecimiento del turismo en Costa Rica, en función a que nuestro producto a exportar va dirigido al turista.

"En los últimos años la actividad turística en Costa Rica ha registrado un ritmo dinámico y un crecimiento sostenido de llegadas internacionales. La llegada de turistas del exterior creció en un 10% en los primeros nueve meses del 2000, lo cual generó ingresos de 565 millones de dólares. También aumento el número de días en que se quedan los turistas en Costa Rica de 9.3 a 11.1. El 58.9% provienen de Europa, el 11.1% de América del Sur, el 9.4% de Centroamérica y los restantes de otros destinos." ¹¹

¹¹ www.mex.es/turismo/infopias/costarica/Costarica.htm



Costa Rica goza de una gran variedad de microclimas, es muy poca extensión. Así el turista puede disfrutar de una multitud de ecosistemas sin tener que viajar a varios países.

☒ Oportunidades de negocio.

" Según diversas consultoras, en el futuro Costa Rica puede convertirse en el próximo destino de playa de América, siguiendo a Cancún o Los Cabos."⁵²

El desarrollo del turismo se viene propiciando desde el gobierno de Costa Rica que acaba de anunciar un total de 16 proyectos entre nuevos hoteles y ampliaciones de otros ya existentes que suponen una inversión de 173,7 millones de dólares.

Como podrá observarse, el crecimiento turístico en Costa Rica arroja cifras importantes, teniendo Artesanías Yucatán S.A. de C.V. un mercado importante para su expansión, ya que el producto seleccionado a exportar va dirigido al turismo que visita las playas del Mar Caribe. Por otra parte se tiene gran posibilidad de crear nuevos diseños de peces que vayan dirigidos a las playas que colindan con el Océano Pacífico

Otro punto importante en la selección del mercado meta es que de acuerdo a nuestra experiencia en el mercado nacional, el producto que elegimos para exportar, tiene gran aceptación en el mercado en el que nos desenvolvemos, en específico en Cancún, Playa del Carmen y Cozumel.

En base a entrevistas realizadas a nuestros clientes, los europeos son los principales consumidores de nuestras artesanías y en segundo lugar se encuentran los americanos y por último los provenientes de otros países. Tomando en cuenta el punto anterior en Costa Rica el arribo de turistas europeos es de casi el 59% del total general.

4.3 CANALES DE COMERCIALIZACIÓN EN EL MERCADO META.

Artesanías Yucatán S.A. de C.V. ingresará al mercado meta mediante distribuidores ubicados en San José, Costa Rica, los cuales están ubicados en una zona estratégica, para la distribución de sus productos a nivel nacional. Por otra parte la

⁵² Op. Cit. p.6

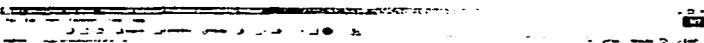


elección de este canal es en primera instancia por el conocimiento de los distribuidores de los principales centros turísticos ubicados en el Mar Caribe para la venta de nuestro producto, y en segundo término por el volumen que podemos manejar con un distribuidor ofreciéndole un precio competitivo.

Las políticas de venta serán las siguientes:

- ☒ El canal de distribución será a través de empresas comercializadoras mayoristas.
- ☒ El pedido será levantado mediante una orden de compra.
- ☒ El pedido mínimo será de \$1,000 dólares americanos.
- ☒ El INCOTERM 2000 a utilizar será determinado por acuerdo de ambas partes (comprador- vendedor). En este caso la cotización acordada con nuestro cliente es : \$ 1,900 USD DDU Aeropuerto Juan Santamaría, San José, Costa Rica.
- ☒ Una vez enviado el pedido y la confirmación del anticipo, la mercancía será surtida en un periodo de 15 a 20 días hábiles.

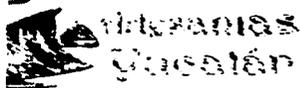
Artesanías Yucatán ha decidido promocionar sus productos mediante tres medios: Páginas de Internet, Catálogo de nuestros productos y por último Ferias y Exposiciones.



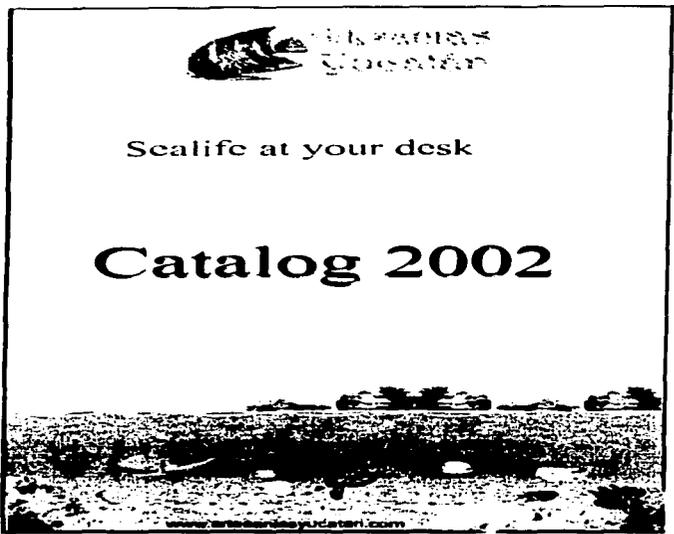
Sealife at your desk

Página de
Internet

TESIS CONSTA TESIS NO SALE
FALLA DE ORIGEN A BIBLIOTECA



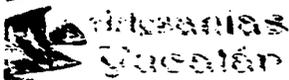
Calle 5 No 598 x 21 Diag. Res. Pensiones V etapa
 Mérida Yucatán México C.P. 97217
 Tel. (999) 987.6133 987.5960



Catálogo de
 productos 2002

Otra ventaja de escoger este mercado, es que se hizo contacto con un posible comprador, mayorista. El contacto se hizo en primera instancia en la Ciudad de Mérida Yucatán, en un evento patrocinado por el Gobierno del Estado, con el objetivo de difundir a nivel internacional las artesanías producidas en el estado. Posteriormente se ha mantenido contacto con el interesado via Internet y se ha negociado la venta de 1000 piezas mensuales, de peces de madera tamaño mediano de 10 modelos diferentes, marcando 500 piezas con la leyenda "Limonas, Costa Rica" y el restante con la leyenda "Tortuguero, Costa Rica".

**TESIS CON
 FALLA DE ORIGEN**



Calle 5 No 598 x 21 Diag. Res. Pensiones V etapa
Mérida Yucatán México C.P. 97217
Tel. (999) 987.6153 987.5960

4.4 LOS INCOTERMS Y EL PRECIO DE EXPORTACIÓN.

De acuerdo con pláticas sostenidas con el posible comprador, se determinó entregar la mercancía en: Aeropuerto Juan Santamaría, San José, Costa Rica, utilizando el INCOTERM 2000 DDU.

ARTESANÍAS YUCATÁN S.A. DE C.V.

Hoja de costos de precio de exportación de peces de madera tamaño mediano por la cantidad de 1000 piezas.

Precio de venta en planta	\$16,150.00
Embalaje de exportación	\$230.00
Etiquetas de identificación	\$65.00
Permiso SEMARNAT	\$120.00
Recolección a terminal aérea Mérida Yucatán	\$100.00
Validación de documentos	\$160.00
Prevalidación	\$161.00
Honorarios agente aduanal	\$230.00
Servicios complementarios	\$325.00
Trasporte aéreo (MID-MEX-SJO)	\$1,528.30
Incluye: corte de guía, seguro, manejo de carga, combustible, maniobras e impuestos.	

\$19,069.30

Precio de exportación por unidad \$19.07

(Son diecinueve pesos 07/100 mn)

La cotización acordada con el importador es: 1000 piezas mensuales de peces de madera tamaño mediano modelo no. 1 al 10, los cuales serán surtidos a partir del

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

mes de Octubre del 2002, con un precio unitario de venta de \$ 1.90 dólares americanos. Entrega Aeropuerto Juan Santamaría DDU San José, Costa Rica, INCOTERMS 2000.

Observaciones: Se marcarán 500 peces de madera con la leyenda "Limonas, Costa Rica" y el restante con la leyenda "Tortuguero, Costa Rica".

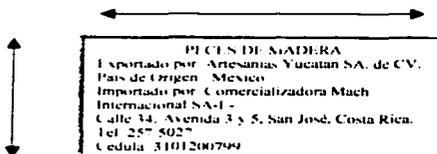
4.5 LOGÍSTICA EN LA EXPORTACIÓN DE PECES DE MADERA AL MERCADO DE SAN JOSÉ, COSTA RICA.

El pedido de 1000 piezas de peces de madera tamaño mediano será transportado a San José, Costa Rica por vía aérea y tendrá el siguiente embalaje.

- ✓ Cada pez será etiquetado. (Figura 2)
- ✓ Cada pez será envuelto en plástico stretch, para evitar que la pintura sufra raspaduras.
- ✓ Se utilizarán 10 cajas de cartón, de tamaño de 10" x 10" x 20" (Figura.5)
- ✓ Cada caja contendrá 100 peces.(Figura 4)
- ✓ En el interior de cada caja existen divisiones de cartón, para acomodar cada pez.(Figura 3)
- ✓ Las cajas serán gravadas en el exterior con el nombre de la empresa para su fácil identificación y obtener presencia con el cliente. (Figura 5)
- ✓ Las cajas serán marcadas con las siglas para el manejo de la carga. (figura 5)
- ✓ Se sellarán las cajas con cinta canela previamente gravada con los datos de nuestra empresa (nombre, dirección, teléfono, país).
- ✓ Y por último se flejarán

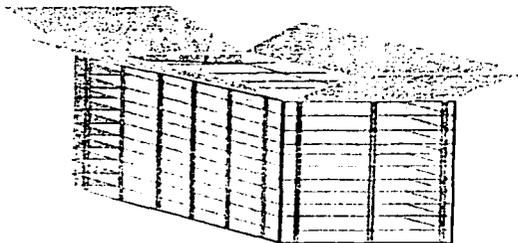
6 cm.

5 cm.

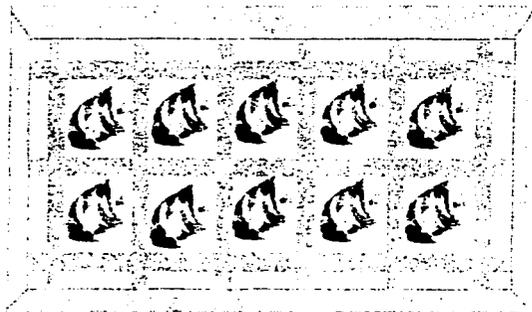


**TESIS CON
 FALLA DE ORIGEN**

Etiqueta
 Figura 2



Las cajas internamente
tendrán divisiones, para
cada uno de los 100 peces
Figura 3



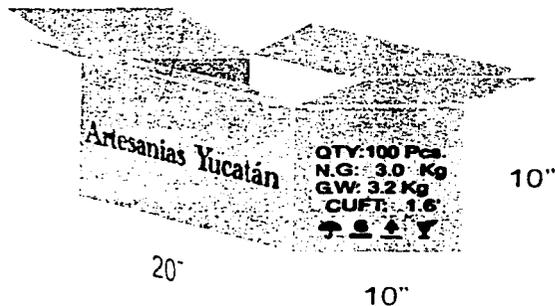
Como se muestra en
la figura existen
espacios alrededor de la
caja, para que esté
protegida la mercancía.
Figura 4

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**



**Artesanías
Yucatán**

Calle 5 No 598 x 21 Diag. Res. Pensiones V etapa
Mérida Yucatán México C.P. 97217
Tel. (999) 987.6155 987.5960



Las cajas están gravadas, con cantidad, peso, y los signos para el manejo de la mercancía.

Figura 5

4.6 LOS DOCUMENTOS Y TRÁMITES PARA LA EXPORTACIÓN DE PECES DE MADERA A SAN JOSÉ, COSTA RICA.

Los documentos requeridos para el despacho de las mercancías, para el régimen de exportación definitiva de los peces de madera son los siguientes:

• Pedimento de Exportación, se presentará en original y tres copias, debiendo llevar impreso, en la parte inferior izquierda del ejemplar que corresponda lo siguiente:

Original: Administración General de Aduanas"

Primera Copia: " Transportista"

Segunda Copia: " Exportador"

Tercera Copia: " Agente o Apoderado Aduanal"

• Factura Comercial: Original y seis copias.

• Certificado de Origen: Original y seis copias.

• Lista de empaque. Original y seis copias.

• Carta de encomienda. Original y seis copias.

• Guía aérea: Original y seis copias.

• Permiso de la SEMARNAT no. 1617827-2 : Original y seis copias.

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**



**Artesanías
Yucatán**

Calle 5 No. 598 x 21 Diag. Res. Pensiones V etapa
Mérida Yucatán México C.P. 97217
Tel. (999) 987.6155 987.5960

CARTA DE ENCOMIENDA

Mérida Yucatán a 13 de octubre de 2002.

Agencia Aduanal Cervera.

Agente Aduanal Jorge Carlos Cervera Palma ,Patente no. 3607

Calle 21 no. 231 no. 311 Col. M. Crescencio Rejón

C.P. 97288, Mérida Yucatán.

Tel y fax 01 (99) 4623 26 al 28

Presente:

Con fundamento en los artículos 36,40,41,42,54,59,81,90,162 fracción IV y VII, de la Ley Aduanera en vigor, solicitamos de la manera más atenta, se encargue de realizar el despacho aduanal de exportación definitiva. Las mercancías objeto de esta operación, están descritas y amparadas mediante factura comercial número 1200, mediante el número de guía aérea 976 76032600.

INSTRUCCIONES ESPECIALES.

Favor de realizar la operación a nombre de Artesanías Yucatán SA de CV, con domicilio en calle 5 no.598 por 21 diagonal Residencial Pensiones, Mérida Yucatán, RFC. AYU970624-D21.

Realizar el reconocimiento previo, y enviar pedimento pro forma antes de validación. Le envié la siguiente documentación: Factura original de venta no. 1200, Permiso SEMARNAT no. 1617827-2, Certificado de Origen México- Costa Rica y Lista de Empaque.

Atentamente

Lic. Eduardo Robles Arévalo

Director General

RFC. ROAE670323F10

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

LISTA DE EMPAQUE

Mérida Yucatán a 13 de octubre de 2002.

Este listado se refiere a la factura no. 1200 del 11 de octubre de 2002, a favor de
Comercializadora Mach Internacional SA -L-

Cantidad	Número	Contenido	Medidas	Peso Bruto	Peso Neto
1000 piezas	10 Cajas de cartón	Peces de madera	Largo: 25.4cm Ancho: 25.4cm Altura: 50.8 cm	50 Kg.	54.6 Kg.

Sin más por el momento quedo de usted para cualquier aclaración.

Atentamente.

Lic. Eduardo Robles Arévalo
Director General
RFC. ROAE 670323F10

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN



Artesanías Yucatán S.A. de C.V.
R.F.C. AYU970624-D21

Calle 5 No 598 x 21 Diag.
 Res. Pensiones V. etapa
 Mérida Yucatán
 Tel. (999) 987.6155 987.5960

Oct 11, 2002

Indido a

Comercializadora Mach Internacional SA -L-
 Calle 34, Avenida 3y 5
 Barrio La Phitaya
 San Jose, Costa Rica
 No. de cedula: 3101200799

Enviar a

Aeropuerto Juan Santamaria, San José.
 Costa Rica, DDU, INCOTERMS 2000.

CONDICIONES	AGENTE	VIA / GUÍA DE EMBAQUE	PÉDIDO	REFERENCIA
CANTADO	SC	VIA AEREA	155	
ETIQUETA	CLAVE	DESCRIPCION	PRECIO (UNITARIO)	IMPORTE

100		Pez de madera tamaño mediano modelo 01	1.90	190.00
100		Pez de madera tamaño mediano modelo 02	1.90	190.00
100		Pez de madera tamaño mediano modelo 03	1.90	190.00
100		Pez de madera tamaño mediano modelo 04	1.90	190.00
100		Pez de madera tamaño mediano modelo 05	1.90	190.00
100		Pez de madera tamaño mediano modelo 06	1.90	190.00
100		Pez de madera tamaño mediano modelo 07	1.90	190.00
100		Pez de madera tamaño mediano modelo 08	1.90	190.00
100		Pez de madera tamaño mediano modelo 09	1.90	190.00
100		Pez de madera tamaño mediano modelo 10	1.90	190.00

**TESIS CON
 FALLA DE ORIGEN**

El importe total en letra

(Son mil novecientos dólares americanos 00/100)

Sub- Total: \$1900.00US
 IVA: _____
TOTAL: \$1900.00US



**Artesanías
Yucatán**

Calle 5 No. 598 x 21 Diag. Res. Pensiones V etapa
Mérida Yucatán México C.P. 97217
Tel. (999) 987.6155 987.5960

4.7 MEDIOS DE PAGO.

Una vez recibida la orden de compra del cliente, este deberá realizar dos transferencias bancarias conforme a lo siguiente.

- ☒ 50 por ciento de anticipo al recibir la orden de compra.
 - ☒ 50 por ciento al proporcionar al cliente el número de guía aérea de la mercancía.
- Es importante que el cliente notifique del anticipo via Internet para poder despachar la mercancía a la siguiente dirección electrónica: ayucatan@merida.com.mx

La transferencia bancaria deberá realizarse mediante instituciones bancarias vinculadas a:

Banco: BANAMEX S.A. (City Bank)
A nombre de: Artesanías Yucatán S.A. de C.V.
No. cuenta: 13217
Referencia: 1010062055634
País: México
Estado: Mérida Yucatán

En caso de que su banco no contase con sucursales o afiliados a BANAMEX (City Bank) el pago deberá realizarse mediante giro bancario o cheque internacional a nombre de : Artesanías Yucatán S.A. de C.V.

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

CONCLUSIONES.

El desarrollo del comercio internacional a lo largo de sus diferentes etapas ha traído en consecuencia la llamada Globalización Económica, que conlleva a que los países y los empresarios se preparen para enfrentar esta megatendencia, formar parte de los globalizadores y no quedar excluidos de este fenómeno.

Los tratados de libre comercio son parte de esta apertura comercial, ya que mediante ellos se promueve el crecimiento de los intercambios comerciales, así como la diversificación de los mercados y el otorgamiento de preferencias arancelarias, que nos dan oportunidad de exportar nuestros productos y tener una ventaja competitiva sobre la competencia. Asimismo, alienta la actividad exportadora de los productores al importar insumos de mayor calidad, los cuales serán incorporados al producto final, para ser después exportados por ser competitivos.

Por lo tanto, los empresarios mexicanos deberán estar preparados para la inevitable globalización económica mediante la elaboración de un plan de negocios que les permita establecer estrategias de venta, para hacer frente a la competencia de productos extranjeros y crecer para integrarse al mercado mundial con productos competitivos.

Artesanías Yucatán S.A de C.V., a través de la elaboración de un plan de negocios para la exportación y el aprovechamiento de los tratados de libre comercio que México ha suscrito con otros países, ha decidido incursionar en el mercado internacional, concluyendo que el mercado meta más factible para la introducción de los peces de madera es San José, Costa Rica, ya que de acuerdo a la experiencia en el mercado nacional donde distribuimos este producto, (Cancún, Playa del Carmen, Cozumel) tiene gran aceptación por los turistas europeos en primer lugar. Costa Rica tiene un arribo de turistas europeos de más del 59% del total de vacacionistas y es catalogado como el próximo lugar turístico en importancia a Cancún y Los Cabos, por lo cual Artesanías Yucatán tiene un gran mercado potencial en este país, con expectativas de crecimiento con nuevos

diseños de peces para que sean representativos de la fauna de otras playas de Costa Rica.

El gobierno mexicano deberá crear conciencia principalmente en los pequeños y medianos empresarios, para hacer frente a la competencia extranjera y prepararse para la introducción de productos mexicanos al mercado internacional. El aprovechamiento de la apertura comercial que se está dando gradualmente en nuestro país es un arma de dos filos, en primera se tiene la ventaja de poder exportar nuestros productos mexicanos a tasas preferenciales, pero a la vez la introducción de productos extranjeros puede afectar nuestra economía, si éstas rebasan nuestras exportaciones, ya que la balanza comercial de nuestro país ha experimentado siempre un déficit en su balanza comercial.

Considero que ante las condiciones actuales de elevada competencia en el mercado laboral, así como la inserción de nuestro país en el mercado global, es necesario que los contadores veamos como perspectiva de desarrollo profesional, las actividades relacionadas con la importación y exportación de productos, a los cuales no son ajenas las empresas hoy en día y que requieren de profesionales que no sólo generen información contable para la toma de decisiones, sino que también participen en ellas.

BIBLIOGRAFÍA.

1. Baca, Urbina Gabriel, Evaluación de Proyectos de Inversión, Editorial Mc. Graw Hill, p.154.
2. Banco Nacional de Comercio Exterior S.N.C., Guía Básica del Exportador. 9ª edición, México 2002, p.394.
3. Castro, Martínez Antonio, Técnicas de Administración de la Producción, Editorial Limusa, México, 1980, p. 198.
4. De Lucas Ortueta Ramón, Organización Científica de las Empresas, Editorial Limusa, México, 1980, p.667.
5. Díaz, Mier, Miguel Angel. Técnicas de Comercio Exterior II, Ediciones Pirámide, Madrid, 1996, p.171.
6. Estefanía, Joaquín, La Nueva Economía, Editorial Debate, 3ª. Edición, España, 1997, p. 11.
7. Flores, Paredes Joaquín, El Contexto del Comercio Exterior en México, UNAM, México, 2001, p.158.
8. García, Norberto, El Balance de Pagos, Ediciones Macchi SA, Buenos Aires. 1972, p. 140.
9. González, Hernández José, Administrar para Producir, Editorial ECASA, México, 1993, p. 456
- Granell, Trias Francisco, La Exportación y los Mercados Internacionales, Editorial Hispano Europea, Barcelona España, 1971 p. 427
10. Hernández, Assemat José Enrique, Economía II, Editorial IPN, México, 1995, p. 167
11. Instituto Mexicano de Comercio Exterior, Academia de Arbitraje y Comercio Internacional, El Comercio Exterior de México I Siglo 21 editores, primera edición 1982, México, p. 488.
12. Instituto Mexicano de Contadores Públicos A.C., Entorno Fiscal de la Apertura Económica, México, 1994, p. 210
13. Jiménez, Bermejo Patricio Finanzas internacionales, Editorial Jurídica Conosur, Santiago de Chile, 1998, p.328
14. Lafontaine Oskar, Muller Christa No hay que tener miedo a la globalización, Editorial Biblioteca Nueva, Madrid, 1998, p. 333
15. Lerma, Kirchner Alejandro Comercio Internacional, Editorial ECAFSA, México, 2000, p. 430
16. Lopez, Villa Juan Raul Fundamentos y Práctica del Comercio Exterior y Derecho Aduanero, Editorial Sicco, México, 1995 p. 312
17. Loyola, Alarcón Dr José Desequilibrio Externo y Crisis Económica en México, Editorial PAC, México, 1995, p. 171
18. Martínez González Ángel, Economía Política de la Globalización, Editorial Ariel, Barcelona, 2000, p. 380
19. Martínez Martínez Miguel Angel, Casos Prácticos de Management Estratégico, Editorial Díaz Santos, Madrid, p. 278
20. Montaña Agustín, Administración de la Producción, Editorial Trillas, México, 1988, p. 315.

21. Moya, Palencia Mano, Mexico y el Pensamiento Único, Grupo Editorial Miguel Ángel Porrúa, México, 1999, p.276.
22. Pérez Moya José, Estrategia, Gestión y Habilidades Directivas, España Madrid, Editorial Diaz Santos, p.335
- 23 Rico, Roberto et all, Globalización Económica y D.F. Estrategias desde el ambito local, Plaza y Valdés editores, México, 2000, p.252.
- 24 Tardiff, Guillermo, Historia General del Comercio Exterior Mexicano, Ediciones Gráfica Panamerica S de RL, México, 1968, p.645
- 25 Torres, Gaytan Ricardo, Teoría del Comercio Internacional, Siglo Veintiuno editores, Mexico, 1975, p.467.
- 26 Ulrich, Beack, ¿Qué es la Globalización?, Ediciones Piados Ibérica, 1ª. Edicion, Barcelona, 1998, p.224.
27. Viscione, Jerry A, Análisis Financiero, Principios y Métodos, Editorial Limusa, México, 1996, p.320

PAGINAS DE INTERNET.

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

- www.comerciointernacional.com.mx
- www.cegs.itesm.mx
- www.sisocial.org/PRODH.Historia.htm
- www.bancomext.gob.mx
- www.economia.gob.mx
- www.comercia.ya.com.mx/index.html
- www.apta.com.mx
- www.mexicanlaw.com
- www.ser.gob.mx
- www.aduanas.sa.gob
- www.netemp.cr/cr/ea_region.html
- www.mcx.es
- www.bienes.ra.ces.co.cr
- www.comex.gv.cr
- www.procomer.com
- www.costaricanet.net
- www.infoweb.co.cr
- www.susta.org
- www.mxmiempresa.yahoo.com
- www.jovenesemprendedores.gov.co