

10621
173



**UNIVERSIDAD NACIONAL
AUTONOMA DE MÉXICO**

**FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES
CUAUTITLAN**

" PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPORTACIÓN "
PROYECTO DE EXPORTACIÓN DEL TEQUILA
A LA CIUDAD DE CADIZ, ESPAÑA

T R A B A J O D E S E M I N A R I O
QUE PARA OBTENER EL TITULO DE
LICENCIADA EN CONTADURÍA
P R E S E N T A
ROCIO VENEGAS RAMOS

ASESOR: M.E. JOAQUIN FLORES PAREDES

CUAUTITLAN, EDO. DE MÉXICO

2008

A



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

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

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

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



UNIVERSIDAD NACIONAL
AUTÓNOMA DE
MÉXICO

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

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

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"

Proyecto de Exportación del Tequila a la Ciudad de Cádiz, España

que presenta la pasante: Rocio Venegas Ramos

con número de cuenta: 90127184 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 07 de Octubre de 2002

MODULO

PROFESOR

FIRMA

I	L.E. José Luis Pérez García
II	L.E. Raúl González Espinoza
IV	M.E. Joaquín Flores Paredes

[Firma manuscrita]

B

AGRADECIMIENTOS

A Dios:

Por la vida, por todas las enseñanzas que me envías y que aun no aprendo.

A Mamá y Papa:

Por la vida, por todo su amor, por su buen ejemplo, por sus desveladas, desmañadas, por que apoyan mis decisiones aún cuando no están de acuerdo, por que lo bueno de mi se los debo a ustedes, este logro es suyo.

A mis hermanos:

Américo y Alejandro, que siempre me cuidan y por su apoyo a la realización de este trabajo. Los amo.

A mis hermanas:

Lourdes, Krupskaya y Sofi, por que han estado conmigo en las buenas, en las malas y en las peores, por su apoyo incondicional y por que son las mejores hermanas del mundo. Una para todas y todas para una.

A Víctor:

Un día mi mamá me dijo que eras más que un cuñado y tenía razón, me has brindado el apoyo de un padre. Gracias. Y al igual que mis papas nunca te hago caso y siempre tienes razón.

A mis sobrinos:

Imanol, Amaya y Emiliano, que este sea un buen ejemplo por otros tantos malos que les he dado. Al pequeño Ismael, bienvenido al mundo.

A Yaneli:

Por que no eres un miembro más en mi familia, sino en mi corazón. Por tu apoyo en la realización de este trabajo.

A mis amigos:

Leticia, Elizabeth, lulu, Manuel y Rubén, por su apoyo en el transcurso de las carrera y aún después. A Ing. José Luis, Chabelita, Lulu, Laurita, Edith y Miguel, "Angel sin alas".

A la Universidad:

Por que me ha albergado en sus aulas desde mi adolescencia hasta hacer de mí una profesionista y por que en base de mi desempeño profesional demostrare que sigues siendo la máxima casa de estudios. Por que para ser puma hay que tener la piel dorada y la sangre azul.

A mis profesores:

A todos y cada uno de mis profesores, al prof. Gustavo Aguirre, Pedro Acevedo. Al Ingeniero Jorge Altamira que me enseñó que no hay malos alumnos, sino malos profesores.

A mis profesores del seminario y muy especialmente al M.E. Joaquín Flores Paredes por el tiempo invertido en la revisión de este trabajo.

A R, A. y LM.

A las sombras en tiempos perdidos, ojala un día me perdonen el sacrificio, creanme que están mejor donde están, que conmigo.

Quando buscas el significado de la vida.

A fin de cuentas encuentras que la,

Existencia no es nada, que es el vacío.

Para mí el vacío es lo que encontré al

buscar el amor.

Carmen "La coja"

INDICE

Introducción	Pág.	3
Objetivos		4
CAPITULO 1. El contexto del comercio exterior de México.		
1.1 De la política proteccionista a la apertura comercial.		5
1.2 Posición de México en el contexto de la globalización.		6
1.2.1 Globalización		6
1.2.2 México en el contexto de la Globalización.		9
1.3 Balanza de pagos de México.		10
1.4 Productos mexicanos competitivos en el mercado internacional.		14
CAPITULO 2. Procedimientos administrativos y marco jurídico.		
2.1 Régimen fiscal del comercio exterior de México.		16
2.2 El sistema armonizado de designación y codificación de mercancías y los incoterms.		18
2.3 Regulaciones arancelarias y no arancelarias.		23
2.3.1 Regulaciones arancelarias.		23
2.3.2 Regulaciones no arancelarias.		24
2.4 Los tratados comerciales y las reglas de origen.		26
2.5 Documentos y trámites aduaneros que se utilizan en la exportación en México.		29
2.6 Programas e instituciones de apoyo a la exportación.		30
CAPITULO 3. Análisis estratégico de la empresa con perfil exportador.		
3.1 El plan de negocios para la exportación.		35
3.2 Aspectos del proceso productivo.		38
3.3 Análisis contable y financiero de la empresa.		40
3.4 Análisis de FODAS.		44
3.4.1 Organización de la empresa.		46
3.5 Dimensión del potencial exportador de la empresa.		47
3.6 La oferta exportable.		49

CAPITULO 4. Elaboración del plan de negocios para la exportación de Tequila a Cádiz, España.

4.1 Análisis estratégico de la empresa y determinación del producto a exportar.	51
4.2 Competitividad de la empresa.	61
4.3 Canales de comercialización del mercado meta.	64
4.4 El precio de exportación y los Incoterms.	65
4.5 Documentos y trámites para la exportación.	66
4.6 Logística de exportación.	73
4.7 Formas de pago.	74
Conclusiones.	75
Bibliografía.	76
Paginas de Internet.	77

INTRODUCCION.

El presente trabajo es el resultado de la investigación documental que se refiere a la exportación del Tequila a la ciudad de Cádiz, España, considerando que existe un Tratado de Libre Comercio con la Unión Europea (TLCUEM) y que se debe cumplir con los requisitos necesarios para poder llevar a cabo dicha exportación.

El Tequila es una de las bebidas más reconocidas de México en el mundo, incluyendo la cerveza y el mezcal, es por ello que elegí este producto para elaborar un plan de negocios de exportación. Esta es una bebida que cuenta con denominación de origen.

El presente trabajo esta dividido principalmente en dos partes, un marco de referencia y un caso práctico. Los tres primeros capítulos conforman el marco de referencia; en el primer capítulo encontraremos una breve descripción de la apertura económica de México al comercio exterior, su introducción al fenómeno de la globalización, así como un breve análisis de la balanza comercial de México y un estudio de productos mexicanos competitivos en el exterior. El capítulo dos esta conformado principalmente por conceptos básicos referentes al comercio exterior, tales como incoterms, regulaciones arancelarias y regulaciones no arancelarias: los documentos y trámites aduanales, programas e instituciones de apoyo a la exportación. En el capítulo tres encontramos las bases para la elaboración del plan de negocios, un análisis financiero de la empresa, conceptos tales como organización de la empresa, dimensión del potencial exportador y oferta exportable. El capítulo cuatro desarrolla en su totalidad el caso práctico, análisis de FODAS de la empresa seleccionada, cálculo e interpretación de razones financieras; justificación del mercado meta, logística de exportación, documentos y trámites para la exportación, el precio de exportación y el medio de pago acordado.

Objetivo General:

Realizar un plan de exportación del Tequila a Cádiz, España, con el apoyo de la existencia de un Tratado de Libre Comercio con la Unión Europea (TLCUEM), como parte de los objetivos de crecimiento de la empresa "Licores el MORO, S.A. de C.V."

Objetivos particulares:

1. Estudiar las condiciones del mercado español para la exportación del Tequila, a tal mercado.
2. Proponer la logística necesaria para exportar Tequila desde México a España.
3. Examinar las posibilidades de exportación de la empresa "Licores el MORO, S.A. de C. V", en base a las condiciones productivas y financieras de la empresa.
4. Determinar el precio de exportación del Tequila que permita su competitividad en el mercado meta.

CAPITULO 1. – EL CONTEXTO DEL COMERCIO EXTERIOR EN MÉXICO.

1.1 DE LA POLÍTICA PROTECCIONISTA A LA APERETURA COMERCIAL.

El proceso de industrialización de México durante la posguerra ocurrió bajo una combinación de barreras arancelarias y no arancelarias que protegían a la producción nacional de la competencia extranjera. Después de 1955 la estructura arancelaria cambió poco, pero la protección aumentó a medida que crecía el número de los productos sujetos a permisos o licencias de importación: En 1956, 28% del valor de las importaciones requería permisos y para 1970 esta cifra había aumentado a 68%. Durante la crisis de la balanza de pagos de 1976, el valor de las importaciones que requerían de permiso previo se elevó a 91%. A raíz de un intento gubernamental de liberalizar el comercio, este porcentaje disminuyó en 1979.

Sin embargo este proceso de liberación se interrumpió poco después cuando la balanza comercial empezó a deteriorarse con celeridad. Con el propósito de mejorar la balanza comercial, a principios de los años setenta el gobierno intentó promover las exportaciones mediante una política selectiva como el establecimiento de devoluciones de impuestos y aranceles y la creación de nuevas instituciones encargadas de otorgar créditos. Los costos y beneficios del proteccionismo en México no se han evaluado plenamente. La crisis de la balanza de pagos de 1976 y 1982 fue prueba contundente de la necesidad de cambiar este patrón de crecimiento. La liberación del comercio, el relajamiento de las restricciones impuestas a la propiedad extranjera, y la adaptación de la legislación mexicana a los estándares internacionales fueron ingredientes esenciales de la nueva política económica.

La reforma del régimen comercial se inició a mediados de 1985, la liberación se realizó gradualmente al principio y se consolidó en 1987. A mediados de 1985, más de 90% de la producción nacional estaba protegida a través de un sistema de permisos previos de importación. Existían 10 niveles arancelarios; el arancel máximo era de 100% y el arancel promedio ponderado por la producción era igual a 23.6%. Después de las medidas implantadas en Diciembre de 1987 los aranceles se redujeron a cinco niveles y el máximo se fijó en 20%. Además, se abolieron los precios de referencia oficiales, la producción nacional cubierta por permisos previos de importación se fijó en alrededor de 20% en 1988, y el arancel promedio se redujo a 11% en ese año. Los cambios implantados en la política

comercial implicaban también eliminar o reducirlos subsidios directos a las exportaciones. También se redujeron las restricciones impuestas a las exportaciones. A principios de 1991 los permisos de exportaciones aplicaron sólo a los bienes sujetos a controles de precios o acuerdos internacionales, como café, azúcar, acero y textiles. Estos bienes representaban aproximadamente 24% de las exportaciones no petroleras. Los aranceles sobre exportaciones eran iguales a un máximo de 5.5% y se aplicaron a bienes sujetos a restricciones de exportación.

1.2 POSICIÓN DE MÉXICO EN EL CONTEXTO DE LA GLOBALIZACIÓN.

1.2.1 GLOBALIZACIÓN

La globalización: concepto que pretende describir la realidad inmediata como una sociedad planetaria, más allá de fronteras, barreras arancelarias, diferencias étnicas, credos religiosos, ideologías políticas y condiciones socio-económicas o culturales. Surge como consecuencia de la internacionalización cada vez más acentuada de los procesos económicos, los conflictos sociales y los fenómenos político-culturales.

En sus inicios, el concepto de globalización se ha venido utilizando para describir los cambios en las economías nacionales, cada vez más integradas en sistemas sociales abiertos e interdependientes, sujetos a los efectos de la libertad de los mercados, las fluctuaciones monetarias y los movimientos especulativos de capital. Los ámbitos de la realidad en los que mejor se refleja la globalización son la economía, la innovación tecnológica y el ocio.

La globalización o mundialización, como también se le llama, es un término que define la realidad de la situación internacional actual. Como parte de esto en los principales centros de poder se busca la realización de procesos integradores. Estos procesos están tratando de borrar las fronteras, siguiendo la dinámica del gigantismo que predomina en los grandes monopolios que cada vez más se diversifican y concentran, más allá de las naciones, para convertirse en verdaderas multinacionales que juegan con la política de los países, pero cuyos intereses como grupo económico están por encima de cualquier interés o bienestar nacional, estremeciendo la estructura de un orden mundial basado en los estados-nación. En muchos casos la globalización rompe con la subordinación a las economías, políticas y

culturas nacionales de las fuerzas del capital internacional y las ganancias de las multinacionales. Esto puede ser positivo para algunos autores sobre todo en los casos de gobiernos autoritarios, ya que el proceso globalizador permite la autonomía social y la liberación de un país de las reglas estrechas impuestas en algunos casos por las elites nacionales. Pero esto conduce también a que los beneficios de la globalización sean para las grandes corporaciones principalmente.

Una visión hacia la globalización se da con la teoría económica del neoliberalismo del siglo XX que tiene sus antecedentes históricos en los filósofos liberales del estilo de Thomas Hobbes y en las concepciones económicas de Adam Smith y David Ricardo. No surgió en los años 60 y 70 con la política económica keynesiana, sino que ya existía desde los años 20 y 30, pero tenía una importancia marginal y un número reducido de seguidores. El liberalismo de los siglos XVIII y XIX constituye esencialmente la concepción del mundo, que en su momento fue revolucionaria, de la burguesía naciente e impetuosa que lucha contra las trabas que le imponen los señores feudales y la Iglesia. De ahí que ese el liberalismo abogara por el libre juego de las fuerzas del mercado, la libre empresa, la libre iniciativa, la libre competencia, etc. También abogaba por el libre ejercicio de la iniciativa de las personas y por la libertad individual.¹

La caída del Muro de Berlín y la desaparición del bloque comunista ha impuesto una acusada mundialización de nuevas ideologías, planteamientos políticos de tercera vía, apuestas por la superación de los antagonismos tradicionales, como izquierda-derecha, e incluso un claro deseo de internacionalización de la justicia.

Esta sumatoria de procesos esta produciendo diferentes efectos. Por un lado impulsa el desarrollo, permite a los países pobres incorporarse en los sistemas globales de producción de las multinacionales, genera empleo, transferencia de know now, inversiones, posibilita a países donde se invierte alcanzar otro estadio tecnológico como son Taiwán, Israel y Corea entre otros y abarata el costo de los productos, entre otros.

¹ Enciclopedia Microsoft Encarta. Microsoft Corporation. 2002. <http://encarta.msn.es>.

La época actual marcada por el supuesto fin de la guerra fría y la caída del campo socialista trajo consigo el predominio del capitalismo en el mundo como único modo de producción dominante a escala planetaria, sin rivales ni alternativas a corto plazo como culminación del proceso de expansión capitalista. Este proceso se ha llamado globalización o mundialización, el cual ha sido posible por el desarrollo tecnológico en la era del cosmos y la computación. Un trabajo interesante de José María Vidal Villa resume sus criterios sobre la mundialización en diez tesis esenciales que son: ²

- La mundialización es la culminación del proceso histórico de expansión del capitalismo y el efecto de sus propias leyes económicas.
- Existe la base técnico material para la mundialización.
- El modelo de industrialización sobre el que se asienta la mundialización económica tiene efectos perversos: la destrucción del medio ambiente y el agotamiento de los recursos no renovables.
- Las empresas multinacionales son el agente activo del proceso de mundialización económica.
- La mundialización requiere la libre movilidad del capital a escala mundial. Este es uno de los aspectos en los cuales el proceso está más avanzado.
- La mundialización requiere la libre movilidad de la fuerza de trabajo a escala mundial. Este es uno de los aspectos en los cuales el proceso está más atrasado.
- El proceso de mundialización aumenta la polarización entre ricos y pobres y profundiza el desarrollo desigual.
- El principal obstáculo que se opone a la mundialización económica en nuestros días es la pervivencia de los Estados "nacionales" que permiten la subsistencia de condiciones internas diferentes en cada país y que, por tanto, dificultan la homogeneización mundial.
- En la actualidad el mundo atraviesa un complejo proceso de transición desde el predominio de las economías de base nacional hacia la plena hegemonía de la mundialización económica y social, cuyos principales obstáculos no provienen de la infraestructura técnico-material ni de las relaciones propiamente estructurales

² ibid.

(propiedad, división del trabajo, producción, distribución, consumo) sino de la resistencia de los Estados nacionales a desaparecer.

Adicionalmente se advierte un ensanchamiento de la brecha entre países ricos y pobres, no todos intervienen, las inversiones se concentran en algunos países, por lo general cercanos a los países desarrollados, por caso México, América Central y el Caribe, por su vecindad con los Estados Unidos. Lo cual nos plantea una visión controvertida de los procesos, que dificulta tomar posición frente al fenómeno.

1.2.2 MEXICO EN EL CONTEXTO DE LA GLOBALIZACIÓN.

Las riquezas naturales de México, su base industrial, su extensión territorial, sus atractivos turísticos y su mano de obra susceptible de ser capacitada para realizar con calidad actividades manufacturadas y de servicios, conforman un conjunto nada despreciable de activos. Además su posición geográfica es privilegiada. Esto le permite una fácil comunicación con Europa y Norteamérica, los bloques económicos más industrializados de nuestro planeta. Sin duda ahora México esta proyectando al mundo una imagen diferente, una que refleja un decidido interés por ampliar los lazos comerciales y de inversión, así como una inserción eficaz en un mundo cada día más competitivo. Existe un clima de mayor confianza en el país razón por la cual se empiezan a integrar montos crecientes en inversión y hay interés de muchos países por ampliar sus vínculos económicos con México. Las relaciones de diversificación no se limitan a un solo país o mercado. El proceso globalizador de México da sus inicios en 1983 año en que completó la negociación del protocolo al GATT, pero es hasta 1986 que se logra el ingreso. Dentro de estas negociaciones México acepto tener un arancel máximo de 50% ad valorem, reducir los aranceles de la mayoría de los bienes importados a niveles de 20% a 50% en un periodo de 30 meses. En la práctica el arancel máximo se estableció en 20% en diciembre de 1987. México orientó sus esfuerzos a buscar en el seno del GATT el reconocimiento de las reformas aceptadas unilateralmente. Es en este desarrollo donde México da una apertura hacia el comercio exterior, empiezan a surgir los tratados comerciales con los que se desea una relación comercial más estrecha y es donde México se define como una puerta de Europa; Asia y Norteamérica hacia Latinoamérica. México busca sobresalir no solo por su extensión territorial, por el tamaño de su población, por ser un importante productor de petróleo y plata, por el esplendor de su

cultura precolombina o por la generosidad de la naturaleza, en las características de su sol y de sus playas. Después del tratado de libre comercio con Norteamérica (TLCAN), México ha pasado a formar parte de uno de los bloques económicos más poderosos del orbe.

Considero que es a través de este tratado que México ha ganado no solo visión y capital extranjero, sino cierto prestigio, en cuanto a comercio exterior se refiere, se vuelve por decirlo de alguna manera más apetitoso a la inversión exterior y los productos en los cuales somos únicos sean más deseados y apreciados hacia el mercado externo, esta es la posición de México ante el mundo.

1.3 BALANZA DE PAGOS DE MÉXICO.

"La balanza de pagos es un documento donde se reflejan las transacciones económicas de un país con el resto del mundo."³ Al estudiarla se conoce la situación internacional de un país. Aun cuando la balanza de pagos en si no puede indicar por que razón ocurrió algún cambio, el examen de sus componentes puede sugerir en donde se puede obtener mayores informes en relación con las causas.

La Balanza de pagos informa que clase de transacciones internacionales han realizado los residentes de una nación en un periodo dado, que en general es de un año.

La balanza de pagos equivale al balance general de un país, lo más importante es el signo de las cuentas y cuando se obtienen de ellas un déficit, entonces, están en cifra negativa, y las cuentas con superávit están en cifra positiva. De estos datos se deriva el análisis de la situación económica de un país.

La balanza de pagos se divide en cuatro cuentas:

- 1- Cuenta Corriente: esta integrada por aquellas transacciones que representa compras o ventas de mercancías y servicios del exterior, está a su vez se encuentra representada por rubros:

³ Méndez, Morales Silvestre. "Problemas y política económicos de México". Mc Graw Hill. 2000. Pág. 83.

Rubros de Ingresos

1. Exportaciones de mercancías.
2. Servicios no factoriales.
 - a) Turistas.
 - b) Excursionistas..
 - c) Otros.
3. Servicios factoriales.
 - a) Intereses.
 - b) Otros.
4. Transferencias.

Rubros de egresos

1. Importaciones de mercancías
2. Servicios no factoriales
 - a) Fletes y seguros.
 - b) Turistas.
 - c) Excursionistas.
 - d) Otros.
3. Servicios factoriales.
 - a) Intereses.
 - b) Otros.
4. Transferencias.

De la cuenta corriente se desprenden la Balanza Comercial y la Balanza de Servicios.

2-Cuenta de capitales: en ella se registra la entrada y salida de divisas del país, por conceptos relacionados con inversiones extranjeras y préstamos del y al exterior..

Las inversiones extranjeras pueden ser directas o productivas, así como de cartera o especulativas. Los préstamos o deuda externa se subdivide en:

Pasivos

1. Préstamos y depósitos
 - a) Banca de Desarrollo.
 - b) Banca Comercial.
 - c) Banco de México
 - d) Sector público no bancario.
 - e) Sector Privado no bancario.

Inversión Extranjera.

1. Directa.
2. De cartera.
 - a) Mercado accionario.
 - b) Mercado de Dinero.
 - Sector Público.
 - Sector Privado.
- 3.- Valores en moneda extranjera.
 - Sector Público.
 - Sector Privado.
 - Activos
 - a) En bancos del exterior.
 - b) Créditos al exterior.
 - c) Otros.

3-Errores y omisiones: en errores y omisiones se registran los faltantes no contabilizados, asimismo también incluyen de manera implícita el contrabando y la fuga de capitales, cifras

por las cuales no existe una contrapartida. Esta es una cuenta compensadora que se determina al final y permite que la Balanza de Pagos lleve al equilibrio contable.

4- Variación de la Reserva Internacional-Banco de México: la cuenta Banco de México, se encuentra integrada por aspectos como son, la variación de la reserva bruta, compraventa de oro y plata y ajustes por valoración. Aquí se observan los cambios que de un año a otro tienen las reservas internacionales integradas por Oro, Plata y divisas fuertes, principalmente dólares.

Históricamente nuestro país se caracteriza por mantener un déficit persistente en la cuenta corriente, lo que da como resultado una competitividad internacional escasa, por tal motivo obliga al país a recurrir al endeudamiento externo. Y atraer inversión extranjera directa y especulativa.

En un breve análisis de la balanza de pagos del 2001 podemos observar un déficit persistente en la cuenta corriente de 1992 a 2001, disminución considerable de los ingresos por concepto de exportación de mercancías y servicios en comparación con el año 2000, lo que obliga a lograr un superávit en la cuenta de capital, particularmente el rubro de inversión extranjera.

A continuación la Balanza de Pagos del 2001.

**BALANZA DE PAGOS
PRESENTACION INICIADA EN 1994
MILLONES DE DOLARES**

CONCEPTO	ANUALES		ANUALES		ANUALES	
	1999	2000	1999	2000	1999	2000
	Ingresos		Egresos		Saldo	
Cuenta Corriente	158,939.90	193,280.90	172,935.00	211,109.30	-13,995.20	-17,828.30
Importación de Mercancías 1/	136,391.10	166,454.80	141,974.80	174,457.80	-5,583.70	-8,003.00
Servicios no Factoriales	11,692.00	13,712.30	13,490.60	16,035.70	-1,798.60	-2,323.40
Fletes y seguros			4,109.20	5,006.40	-4,109.20	-5,006.40
Viajeros	7,222.90	8,294.20	4,541.30	5,499.10	2,681.60	2,795.10
Otros	4,469.10	5,418.10	4,849.20	5,530.20	-371.10	-112.10
Servicios Factoriales	4,516.80	6,090.70	17,442.70	20,586.30	-12,925.90	-14,495.60
Intereses	3,735.70	5,024.50	12,945.90	13,802.10	-9,210.20	-8,777.60
En Moneda Nacional			367.4	140.2	-367.40	-140.20
Otros Intereses			12,578.50	13,661.90	-12,578.50	-13,661.90
Otros	781.1	1,066.20	4,496.90	6,784.30	-3,715.80	-5,718.10
Transferencias	6,340.00	7,023.10	26.9	29.4	6,313.10	6,993.70
Cuenta de Capital						
Pasivos				Activos		
Por Prestamos Y Depositos	17,542.10	11,089.30	-4,004.70	7,117.90	13,537.40	18,207.20
Banca De Desarrollo	-4,539.30	-560.5				
Banca Comercial	-765.4	919.9				
Banco De Mexico	-1,546.20	-2,087.00				
Sector Publico	-3,684.70	-4,285.60				
Sector Privado	-4,027.40	-3,527.90				
Inversion Extranjera	5,484.40	8,420.10				
Directa 2/	22,081.40	11,649.80				
De Cartera	12,164.80	13,950.90				
Mercado Accionario	9,916.60	-2,301.10				
Mercado De Dinero	3,769.20	446.8				
Sector Publico	-917	-45.7				
Sector Privado	-942	-25.1				
Valores Emitidos En El Ext	7,064.40	-2,702.20				
Sector Publico	4,725.40	-3,022.20				
Banca Comercial	-177	-643				
Sect Privado No Banc	2,516.00	963				
En Bancos del Exterior			-3,037.00	3,564.90		
Creditos al Exterior			425	412.5		
Inversion Directa De Mexicanos			0	0		
Garantias de Deuda Externa			-835.8	1,289.80		
Otros			-556.9	1,850.70		
Errores y Omisiones					1,049.90	2,445.30
Variación Reserva Neta					593.6	2,821.50
Ajustes Oro Plata y Valoración					-1.4	2.7

(N/S) No significativo

1/ Incluye maquiladoras.

2/ El monto de la inversión extranjera directa es susceptible de importantes modificaciones al alza, ello debido al rezago con que las empresas de inversión extranjera informan a la SECOFI sobre las inversiones efectuadas.

Fuente: Banco de México, <http://www.banxico.org.mx/InfoFinanciera/reportes/cuadernos/ext/dic/Ext11a.xls>.

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

1.4 PRODUCTOS MEXICANOS COMPETITIVOS EN EL MERCADO INTERNACIONAL.

La preponderante importancia es Estados Unidos en el comercio mexicano es un hecho conocido. Pero al referirnos a las exportaciones manufactureras, la concentración de ese destino se mantiene muy alta, alcanzando a más del 80%, dejando a los demás países con participaciones muy inferiores; Alemania casi 3%, Japón alrededor de 2% y oscilando cerca de 1% España, Canadá, Reino Unido y Brasil. Hay productos cuya ventaja para exportarse a Estados Unidos es su base de recursos naturales, mientras otros son competitivos por tratarse de productos maduros cuya tecnología se ha difundido con relativo éxito en la industria mexicana, o bien por ser productos o partes de productos tecnológicamente dinámicos en que un número limitado de empresas mexicanas y / o subsidiarias de empresas transnacionales han logrado niveles razonables de competitividad.

Las exportaciones de productos relativamente nuevos o dinámicos, en cambio, tienden a estar más diversificada: Estados Unidos representó aproximadamente dos tercios de las compras de estos productos en los años noventas. Entre estos productos de exportación más diversificada destacan materias plásticas y resinas sintéticas, placas y películas sensibilizadas, barras macizas de hierro y acero. Entre los productos que se basan en recursos naturales y que se destinan a las exportaciones, se encuentran los de alimentos y bebidas (camarón congelado, legumbres y frutas preparadas, café tostado, cerveza, madera, tequila y otros), madera trabajada (madera en hojas, muebles y artefactos de madera), derivados del petróleo (principalmente gasóleo y combustóleo, pero también butano-propano). Las exportaciones de ácidos poli carboxílicos se destinan también a Corea del Sur, China, Japón, Corea del norte, Tailandia y una proporción mucho menor a Colombia, Venezuela y Estados Unidos. Las de plomo refinado, se dirigieron a Bélgica, Luxemburgo, Italia y países bajos. Las exportaciones de automóviles, motores y partes automotrices son en forma característica operaciones entre filial mexicana y otra filial o matriz. En autos y partes para autos, la mayor proporción se dirige al país respectivo de las matrices, esto es Estados Unidos, Alemania y Japón. También las filiales en Canadá (por ejemplo en partes para motores) y otros países de América latina y el Caribe son de importancia en algunas fracciones arancelarias específicas. Placas y películas sensibilizadas revelan una estrategia comercial diferente pues los mercados principales son los de otros países relativamente grandes de América Latina (Brasil, Argentina, Venezuela, Colombia y Chile), aún cuando la

importancia individual de las ventas a Estados Unidos, suele superar a cada uno de los otros países. La empresa líder en estos productos, y en especial en películas sensibilizadas que representan más de las tres cuartas partes de lo exportado es Kodak; la instalación en México de una de las tres plantas para proveer sus necesidades mundiales predetermina desde su arranque las exportaciones a otras filiales en el área. Las exportaciones de los últimos años se han dirigido principalmente a Europa Occidental (Alemania, Italia y Reino Unido, aunque también Estados Unidos, Tailandia y Hong Kong alcanzan cierta importancia. Es un hecho que México esta en la mira del mundo para el intercambio de mercancías, considero que estos datos están en constante cambio ya que como cualquier comercio se esta sujeto a los gustos, cambios y costumbres de la población en general, a los cambios tecnológicos, cambios climáticos y hasta modas en general.

CAPÍTULO 2. PROCEDIMIENTOS ADMINISTRATIVOS Y MARCO JURÍDICO.

2.1 RÉGIMEN FISCAL DEL COMERCIO EXTERIOR DE MÉXICO.

En un Estado de Derecho como México, la conducta del Estado y de los particulares se encuentra regulada por normas jurídicas de diversas jerarquías. Como consecuencia del sistema económico que impera en el país, el comercio exterior se encuentra regulado por el ejecutivo federal. A continuación algunas fuentes jurídicas que regulan este importante ámbito de la actividad económica nacional.

La Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos: protege y eleva a la calidad de garantía individual el ejercicio del comercio y define los aspectos: impositivos, fomento, restricción, y tránsito de mercancías en materia de comercio exterior. El Ejecutivo podrá ser facultado por el congreso de la unión para aumentar, disminuir o suprimir las cuotas de las tarifas de la exportación e importación expedidas por el propio Congreso de la Unión y para crear otras, así como para restringir y para regular las importaciones y las exportaciones permitiendo regular el comercio exterior y la economía del país. El propio Ejecutivo Federal enviará al Congreso de la Unión el presupuesto fiscal de cada año, someterá a su aprobación el uso que hubiese hecho de la facultad concedida.

Por su parte El Código Fiscal de la Federación tipifica el delito de contrabando y sus diversas modalidades, determina la sanción correspondiente cuando se internan al país o extraen de él mercancías omitiendo el pago total o parcial de impuestos, o cuando su importación y exportación estén prohibidas, o no cuenta con el permiso otorgado por la autoridad competente.

La Ley del Impuesto Sobre la Renta señala que entre las deducciones que autoriza, se incluyen las operaciones realizadas con residentes en el extranjero.

Por otra parte la Ley de Comercio Exterior tiene por objeto regular y promover la actividad de comercio exterior, incrementar la competitividad de la economía nacional, propiciar el uso eficiente de los recursos del país e integrar adecuadamente la economía mexicana a las principales corrientes de la economía internacional.



En cuanto al Código Aduanero y su Reglamento: "constituyen un cuerpo de normas de derecho público que regulan en forma sistemática la materia aduanera y determinan el régimen al que deben someterse quienes realicen operaciones, presten servicios directos o indirectamente vinculados con el Comercio Exterior de importación o exportación."⁴ La operación exportadora queda completada por las normas y resoluciones dictadas al efecto por la Dirección General de Aduanas y por las normas específicas relacionadas con la clasificación aduanera de las mercancías objeto de tráfico internacional, en concordancia con el Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías.

Tales normas tienden a conformar obligaciones de carácter operativo y fiscal al determinar procedimientos en las actuaciones ante la Dirección General de Aduanas y crear obligaciones de pagar tributos de naturaleza varía. El ámbito espacial sobre el que rige el Código Aduanero, abarca todo el espacio terrestre, acuático y aéreo sometido a la soberanía de la nación. Territorio aduanero es la parte del ámbito espacial en la que se aplica un mismo sistema arancelario y operativo a las importaciones y exportaciones.

Ley del Impuesto General de Importación y Exportación, tiene por objeto clasificar las mercancías y determinar el respectivo impuesto al comercio exterior; es decir es bajo esta ley donde podemos revisar que mercancías están gravadas o no y bajo que tipo de gravamen.

La ley del impuesto al Valor Agregado, establece que están obligadas al pago del IVA las personas físicas y morales que importen bienes o servicios. Están exentas del pago de IVA las importaciones que no lleguen a consumarse, sean temporales y se destinen a transformación, elaboración y reparación, tengan el carácter de retorno de bienes exportados temporalmente o sean objetos de tránsito o trasbordo.

⁴ Moreno, José María. "Manual del exportador". Ediciones Macchi. México. 1996. p. 149.

2.2 EL SISTEMA ARMONIZADO DE DESIGNACIÓN Y CODIFICACIÓN DE MERCANCÍAS Y LOS INCOTERMS.

La clasificación arancelaria de mercancías que actualmente conocemos se deriva del convenio internacional del Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías SADC, también es conocido como Sistema Armonizado (SA). Firmado en Bruselas Bélgica, el 14 de junio de 1983, que nace por la necesidad de facilitar el comercio internacional, la comparación y el análisis de las estadísticas, especialmente de las del comercio internacional, de atribuir a las mercancías una nueva designación, una nueva clasificación y un nuevo código, al pasar de una clasificación a otra y de facilitar la uniformidad de los documentos comerciales, así como la transmisión de datos, entre otros.

El SADC se conforma de la nomenclatura que comprende, los capítulos, partidas subpartidas y los códigos numéricos correspondientes, las notas de las secciones, así como las reglas generales para la interpretación correcta. La relación entre países en el ámbito comercial se ve aumentada gracias a los acuerdos y tratados comerciales internacionales, que pretenden facilitar el comercio mundial. Esto se pretende mediante la disminución y en muchos casos, eliminación de los aranceles aduaneros, eliminación de barreras no arancelarias y agilidad en el despacho aduanero, todo basado en el principio de trato nacional.

"La clasificación arancelaria es un conjunto de caracteres numéricos que pretenden la identificación internacional de las mercancías bajo una nomenclatura arancelaria, para que cualquier persona ubicada en cualquier parte del mundo, independientemente de su idioma, tenga la posibilidad de comercializar el producto indicando su nomenclatura, lo que facilita el comercio de bienes al existir un idioma universal comercial."⁵ La Organización Mundial de Aduanas ha dispuesto realizar revisiones cada cuatro años al SA para la clasificación de las mercancías, bajo el cual los países integrantes se comprometen a adoptar los cambios propuestos por dicha organización y en esta ocasión, el 2002 es el año en que dichos cambios se deben realizar.

⁵ Minervi, Nicola. "Manual del exportador". Mc Graw-Hill. México. 1999. p. 79

Con esto, se ha fusionado la tarifa del impuesto general de importación y exportación. Debemos recordar que la clasificación arancelaria se compone de 8 dígitos, por ejemplo en el caso del Tequila la fracción arancelaria es la siguiente:

22: Capítulo

08: Partida

90: Subpartida

03: Código numérico adicional

Es decir la fracción arancelaria se representa en una sola clave numérica 22089003.

En el caso particular de México, uno de los cambios fundamentales es que las autoridades mexicanas establecerán que la entrada y salida de todas las mercancías de nuestro país se identificarán a 8 dígitos. Antes las exportaciones sólo se consignaban en los documentos aduaneros a 6 dígitos, por lo que a 8 dígitos se incrementará la labor de los agentes aduanales al tener que identificar los productos a 8 posiciones y no a 6. Con el propósito de facilitar la correcta identificación y clasificación arancelaria de las mercancías, se logrará perfeccionar el control documental aduanero, evitar discrepancias y reducir errores que permiten inconsistencias en la clasificación. No obstante estas declaraciones, observamos que al requerir que las mercancías de exportación se identifiquen a 8 posiciones, no se facilita la clasificación arancelaria, se impone un requisito adicional a las exportaciones y se provocan discrepancias.

Asimismo, observamos que no existieron eliminaciones de fracciones que pudieran facilitar la clasificación, ya que existe una gran cantidad de productos antiguos y obsoletos que no se eliminaron, como puede ser el caso de bulbos que ya no se usan, lo cual sí hubiera representando un avance importante.

Es importante mencionar que los cambios en clasificación arancelaria, no modifican la política arancelaria actual, por lo que continuarán los aranceles sin modificación alguna, salvo los acordados en los Tratados de Libre Comercio.

Lo que se pretende con la nueva tarifa es reclasificar productos, asignar nuevos códigos en otros y cambiar fracciones ya existentes, mediante:

- Modificaciones a 12,380 partidas, subpartidas y textos legales.
- Agrupación de la tarifa de importación y exportación en una sola (TIGIE).

La Organización Mundial de Aduanas se encuentra trabajando en la creación de la denominada Versión Única en Español (VUESA), la cual pretende homologar los términos que se utilizan en todos los países hispano parlantes, manejando así una sola tarifa para la importación y exportación de mercancías a nivel mundial , lo cual generaría un importante beneficio.

LOS INCOTERMS

Los Incoterms son unas reglas internacionales para la interpretación de los términos comerciales fijados por la Cámara de Comercio Internacional (CCI). La palabra incoterms viene de la contracción en inglés de: international commercial terms, en español términos de comercio internacional.

A través de los Incoterms se ha establecido un idioma común destinado a evitar que las disparidades existentes en los usos y costumbres comerciales entre los países, entorpezcan y dificulten el intercambio, originando precisamente malentendidos, discusiones y diferencias. Tiene por objeto establecer una serie de normas internacionales, de carácter facultativo, destinadas a precisar el sentido exacto de los principales términos utilizados en los contratos de venta celebrados con clientes del exterior.

Los contratos comerciales internacionales contienen cierto número de abreviaturas, como FOB, CIF y otras expresiones, que imponen al comprador y vendedor obligaciones específicas, que involucran obligaciones de custodia, seguridad, transportación y financieras entre otras responsabilidades. Por esta razón, es conveniente conocer el significado exacto de esos términos para poder escoger el más adecuado a la operación comercial en interés y tener plena conciencia de los derechos y obligaciones que se contraen.

Con el objeto de normalizar el sentido de esos términos para el importador y el exportador, la CCI publicó su primera serie de definiciones en el año de 1936, en forma de Incoterms. Estos son una lista de expresiones o abreviaturas con su definición, descripción y delimitación de



las obligaciones que corresponden al importador y exportador. La versión original ha sido periódicamente revisada y actualizada, la última revisión entró en vigor en el año 2000.

Las reglas de los Incoterms se aplican únicamente a las relaciones entre importador y exportador y crean derechos y obligaciones solamente para las partes del contrato de compra-venta y ninguna de sus cláusulas afecta, directa o indirectamente, sus relaciones en quienes intervienen en tratos de otro tipo, tales como, contratos de transporte, seguros, etc. Los incoterms se integran por 13 códigos y se ordenan en cuatro grupos. En todos los casos se utilizan siglas en inglés.

Grupo E: EXW, único término en que la mercancía se pone a disposición del comprador en el domicilio del vendedor. Se aplica a todo medio de transporte.

Grupo F: FCA, FAS y FOB, términos en los que el vendedor se le encarga que entregue la mercancía a un medio de transporte elegido por el comprador.

FCA: libre franco de porte. El vendedor entrega la mercancía en la terminal de carga del transportista que el comprador designa. El vendedor se encarga del despacho aduanal. Se aplica en todo transporte.

FAS: libre al costado del buque. El vendedor entrega la mercancía en el muelle para que el comprador la suba al buque. El despacho aduanal lo realiza el comprador.

FOB: libre franco a bordo. El vendedor entrega la mercancía a bordo del buque, él realiza el despacho aduanal. El riesgo se traspasa al cruzar la borda del buque.

Grupo C: CFR, CIF, CPT, CIP, términos en los cuales el vendedor ha de contratar el transporte, pero sin asumir el riesgo de pérdida o daño de la mercancía, ni los costos adicionales después de su envío o despacho.

CFR: costo y flete. En este término el vendedor contrata el transporte principal hasta el puerto de destino y paga el flete, sin seguro. El riesgo de transporte se transfiere al comprador en el puerto del país de origen.

CIF: costo, seguro y flete. El exportador contrata el transporte principal hasta el puerto de destino y paga el flete, con seguro. El riesgo se transfiere al comprador en el puerto del país de destino.

CPT: flete/ porte pagado hasta. El vendedor contrata y paga el transporte principal sin seguro y entrega la mercancía en el lugar de destino, además realiza el despacho aduanal. El riesgo se transfiere al comprador en el lugar acordado con el importador.

CIP: flete/ porte y seguro hasta. El vendedor contrata y paga el transporte principal y además el seguro a nombre del comprador.

Grupo D: DAF, DES, DEQ, DDU, DDP, todos los gastos y riesgos necesarios para llevar la mercancía al país de destino corren por cuenta del vendedor, hasta el punto convenido.

DAF: entregado en frontera. El vendedor entrega la mercancía en la frontera terrestre y es responsable del despacho aduanal de exportación, el punto de entrega puede ser del lado del comprador o del vendedor.

DES: libre en el buque. La mercancía se envía hasta el puerto de destino, el vendedor paga el flete y el seguro que esta a su nombre, el vendedor asume el riesgo hasta el puerto de destino a un costado del barco.

DEQ: entrega fuera del muelle. El vendedor entrega la mercancía en el muelle de destino, el vendedor puede o no ser responsable del trámite de impuestos de importación. Generalmente el medio de transporte utilizado es el marítimo.

DDU: entregado sin impuestos. El vendedor asume los riesgos y gastos hasta el punto final de destino. El comprador es responsable del despacho aduanal de importación.

DDP: entregado con impuestos pagados. La obligación del vendedor termina al entregar la mercancía en el punto final de destino, asumiendo todos los riesgos y gastos, incluyendo el despacho aduanal de importación del país de destino.

2.3.1 Regulaciones arancelarias.

Las regulaciones arancelarias y no arancelarias surgen como una barrera al comercio exterior, son de cierta manera medidas proteccionistas, también tiene la finalidad de proteger el mercado interno, ya que son aplicadas principalmente a la importación.

El medio o instrumento que se aplica para controlar las importaciones es el arancel. Los aranceles son impuestos que se aplican a la exportación e importación, para incrementar el precio a las mercancías en el mercado final, así como para incrementar la recaudación fiscal. Se clasifican como:

I.- Ad-valorem: es un arancel que se expresa en términos porcentuales tomando como base el valor en aduana de las mercancías, considerado en la factura comercial.

II.- Específico: se expresen en términos monetarios por unidad de medida. Por ejemplo: por cada metro de tela se pague un dólar extra para poder ingresar al mercado deseado.

III.- Mixtos: consiste en la combinación de los dos anteriores; por ejemplo 5% ad valorem más US 1.00 por metro cuadrado de tela.

Otros tipos de arancel que pueden aplicarse en las aduanas son:

I.- Arancel-cuota, cuando se establezca un nivel arancelario para cierta cantidad o valor de mercancías exportadas o importadas, y una tasa diferente a las exportaciones o importaciones de esas mercancías que excedan dicho monto. Cada país decide que cantidad de ciertos productos pueden ingresar a su mercado.

II.- Arancel estacional, cuando se establezcan niveles arancelarios distintos para diferentes periodos del año, es decir, cuando no deseamos que ingresen ciertos productos en cierta temporada del año.

Por otra parte, cuando las mercancías ingresan a las aduanas de los países, estos pueden aplicar las siguientes tarifas:

I.- La Tarifa general se aplica a todos los países miembros de la Organización Mundial del Comercio (OMC) y es el tratamiento de nación más favorecida.

II.-La Tarifa preferencial se aplica a mercancías originarias de países a los que se concede trato preferencial como resultado de un tratado comercial.

III.- La Tarifa diferencial se aplica a las mercancías de países a los que se ha impuesto una sanción económica y en este caso el arancel es superior al general, se aplica a países con los que no se tiene un tratado comercial ni son miembros de la OMC.

2.3.2. Regulaciones no arancelarias.

Son restricciones diferentes al arancel que impiden la libre circulación de flujo de las mercancías, son más difíciles de conocer e interpretar y son modificadas en tiempos muy cortos. Las regulaciones no arancelarias se dividen en cuantitativas y cualitativas.

Las regulaciones cuantitativas son:

° Permisos de exportación e importación: tienen la finalidad de restringir la importación y exportación de ciertas mercancías, por razones de seguridad nacional, sanitarias y protección de la planta productiva nacional.

° Cupos: son montos de determinadas mercancías que pueden ser importadas o exportadas, cada país fija las cantidades, volúmenes o valores; ciertos productos están sujetos a cupos como puede ser los agropecuarios, pesqueros o textiles.

° Precios oficiales: son el valor mínimo de una mercancía, van dirigidos a evitar que el importador declare en la aduana un valor inferior al real de la mercancía y por lo tanto que sus contribuciones sean menores.

° Medidas contra prácticas desleales y dumping: estas prácticas están destinadas a contrarrestar posibles daños a la planta productiva nacional, atribuibles a precios bajos con que ingresan las mercancías de otro país. El dumping consiste en vender un producto en el mercado extranjero a un precio menor que su valor en el país exportador a fin de evitar esta práctica se aplican medidas compensatorias y antidumping que consiste en un arancel que se imponen a las importaciones.

Las regulaciones cualitativas son:

° Regulaciones de etiquetado: esta regulación debe ser cumplida por los fabricantes o exportadores en el país de origen, para que la mercancía este ~~debidamente etiquetada~~ al

momento de ingresar a la aduana del país importador. La etiqueta debe contener el país de origen, nombre del fabricante, cantidad, ingredientes y características del producto.

° Regulaciones de envase y embalaje: se refiere al tipo de material que debe usarse en la elaboración del envase y de que esta hecho el embalaje. Esto tiene el propósito de proteger la salud del consumidor y la preservación del medio ambiente. En conjunto tiene como finalidad que el producto llegue en óptimas condiciones al consumidor final.

° Marcado de país de origen: estas reglas se traducen en la utilización de marcas físicas que deben ostentar las mercancías al momento de su importación tales como marbetes o etiquetas, que deben ser legibles e indicar el país de origen.

° Regulaciones sanitarias: genéricamente se les denomina fitosanitarias cuando se refieren a productos que provienen del reino vegetal y zoonosanitarias cuando se aplican a mercancías del reino animal. Cada país ha establecido estas regulaciones con la finalidad de proteger la vida y salud humana, animal y vegetal.

° Normas técnicas: estas normas establecidas en cada país garantiza a los consumidores que los productos cuentan con calidad, seguridad y métodos de fabricación adecuados para proporcionarles la utilidad buscada.

° Regulaciones de toxicidad: se establecen para aquellos productos en cuya elaboración se incorporan insumos peligrosos o dañinos para la salud humana. Cada país elabora listas donde se especifica que insumos considera tóxicos.

° Regulaciones ecológicas: su finalidad es proteger el medio ambiente, en los principales mercados importadores se ha convertido en prioridad, lo que se ha reflejado en la creación y aplicación de regulaciones para cuidar la ecología tanto a la producción como comercialización de diversos productos.

° Normas de calidad: muchos países desarrollados sobre todo los europeos, tienden a adoptar normas estandarizadas de calidad como son las normas ISO 9000 que es una norma internacional de calidad para la comercialización. Con estas normas se certifica tanto la calidad del proceso productivo como al producto mismo. La norma ISO 14000 tiene como propósito promover una gestión más eficaz y racional del medio ambiente en las empresas.

2.4 LOS TRATADOS COMERCIALES Y LAS REGLAS DE ORIGEN.

A partir de 1983 y después en 1986, México decidió emprender el camino hacia la apertura comercial. El 24 de agosto de 1986, México pasó a formar parte del grupo de países miembros del Acuerdo General de Aranceles Aduaneros y de Comercio (GATT), por lo que, bajo el principio de Nación Más Favorecida, pudo gozar de las preferencias arancelarias que en ese momento los demás países otorgaban a los otros miembros.

De esta forma, quedó atrás la política de sustitución de importaciones, mediante la cual el país había pretendido crecer fortaleciendo la industria mexicana a través de la protección de barreras arancelarias, siendo el Estado el principal ente industrial que dirigía y a su vez ejecutaba. Sin embargo, fue evidente que éste modelo no podía funcionar en una economía como la mexicana, en la que era necesario atraer divisas por medios distintos a las generadas por el petróleo.

Así entonces, México buscó extender su acceso a mercados mediante la celebración de acuerdos comerciales bilaterales o multilaterales, que además se han enriquecido al comprender otros rubros como el de inversiones, telecomunicaciones, propiedad intelectual, o solución de controversias entre otros.

- TLC de América del Norte.
- TLC México-Unión Europea.
- TLC México-Bolivia.
- TLC México-Costa Rica.
- TLC México-Grupo de los Tres/ México, Colombia y Venezuela.
- TLC México-Nicaragua.
- TLC México-Chile.
- TLC México-Israel.
- TLC México-Guatemala, Honduras y el Salvador:
- TLC México-EFTA con Noruega, Suiza, Islandia y Liechstein.

En este año 2002, se ha firmado un Acuerdo de Complementación Económica con Brasil que posteriormente se transformará en un TLC.

El Tratado de Libre Comercio con América del norte es uno de los más importantes que México a firmado, ya que es a este mercado donde se realizan más del 80% de las exportaciones e importaciones de nuestro país, pero es objetivo del presente trabajo tratar más a detalle el TLCUEM, dado que es el mercado meta de interés de la presente investigación.

El primero de julio de 2001 entró en vigor el Tratado de Libre Comercio entre México y la Unión Europea. Este tratado es parte de uno de los instrumentos de política exterior más ambiciosos que México ha celebrado: el Acuerdo de Asociación Económica, Concertación Política y Cooperación entre México y la Unión Europea, conocido como: Acuerdo Global. En sus tres vertientes, diálogo político, cooperación y liberalización comercial, el acuerdo contiene los elementos para dar un nuevo ímpetu a la relación bilateral. En materia comercial, el Acuerdo Global sentó las bases para la creación del tratado de libre comercio entre México y la Unión Europea. Se trata del acuerdo comercial más ambicioso que la Unión ha suscrito hasta la fecha. El tratado prevé la eliminación total de aranceles en el sector industrial a más tardar el primero de enero de 2007, promueve las complementariedades en el sector agrícola; y, otorga un marco jurídico para la liberalización del comercio de servicios, la promoción de los flujos de inversión directa y la protección de los derechos de propiedad intelectual.

“La Unión europea se ha desarrollado extraordinariamente desde el punto de vista geográfico, actualmente cuenta con quince Estados miembros que representa 372 millones de personas, una tasa de variación del PIB de 2.8. PIB combinado con 7,600 billones de dólares y un 39% de participación en las exportaciones mundiales.”⁶

⁶ <http://www.conquistando.com>

REGLAS DE ORIGEN

Son los requisitos mínimos de fabricación o elaboración con los que debe contar un producto para ser considerado como originario de la región o país exportador. Un bien se considera originario de territorio de una parte o país siempre que: el bien sea totalmente obtenido o producido en el territorio de una o más de las partes o países.

Cuando cada uno de los materiales no originarios que se utilicen en la producción del bien sufra un cambio sustancial. Cuando el bien sea producido parcialmente en el país o región exportador y cumpla con el porcentaje de contenido regional establecido.

Los exportadores o productores del bien deben calcular el valor de contenido regional, para ello existen dos métodos de cálculo, los cuales son: método de valor de transacción y el método de costo neto, sus fórmulas son las siguientes:

Fórmula para el método de valor de transacción.

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

Fórmula para el método de costo neto.

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

En dónde:

VCR: Valor de contenido regional expresado en porcentaje.

VT: Valor de transacción del bien.

VMN: Valor de los materiales no originarios utilizados en la fabricación del bien.

CN: Es el costo neto del bien.



En el método de valor de transacción, el exportador o productor puede considerar como originarios los gastos de promoción, venta y otros, al contrario del método de costo neto, en donde tales gastos no se consideran como originarios.

Cuando el valor de contenido regional da como resultado al menos el porcentaje establecido, el exportador o productor puede obtener un certificado de origen, este se define como un formato oficial mediante el cual la autoridad competente certifica que un bien es originario de la región, por haber cumplido con las reglas de origen establecidas. Este documento se exige en el país de destino, con objeto de determinar el origen de las mercancías a fin de obtener los beneficios arancelarios negociados u obtenidos a través de un TLC o para determinar la aplicación o no de cuotas compensatorias.

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

Los documentos que principalmente se deben presentar ante la autoridad aduanera para gestionar el despacho aduanal de exportación son:

- ° Factura comercial: es el documento que ampara a la mercancía con carácter de compraventa exclusivamente.
- ° Carta factura o Pro forma invoice: no tiene carácter comercial de compraventa, sino que es el documento que ampara y especifica el contenido de un envío en cuanto a descripción, características, funcionalidad y valor.
- ° Carta de instrucciones al agente aduanal: es el documento donde se describen todas las características de manejo a la que deberá someterse determinado envío, de acuerdo al tipo de exportación.
- ° Certificado fitosanitario internacional: es el documento que expide la Secretaría de Agricultura, Ganadería y Desarrollo Rural (SAGAR), para los productos de consumo humano y animal como: semillas, granos, plantas, vegetales, etc., que ampara y certifica que dichos productos están libres de plagas y cualquier otro patrón que sea nocivo para la salud.
- ° Certificado Zoonosanitario Internacional: es el documento que lo expide la SAGAAR , para los productos derivados de origen animal y que son destinados para el consumo humano, donde

se avala y certifica que el producto que se desea exportar, está libre de cualquier agente o patrón que sea nocivo para la salud.

° Pedimento de exportación: es el documento expedido por las autoridades fiscales que certifica o avala la entrada y salida legal del país de determinada mercancía.

° Certificado sanitario: documento que certifica que un producto está elaborado bajo buenas normas de manufactura establecidas por las autoridades oficiales de sanidad de los países importadores y asegura que los productos no representan algún riesgo para la salud humana.

° Certificado de análisis: documento que certifica que la naturaleza, composición, grado, etc., de la mercancía corresponde a la calidad contratada.

° Certificado de calidad: documento que expiden empresas certificadoras o las autoridades competentes para dar fe de la esmerada selección, preparación y presentación de los productos nacionales exportados.

° Certificado de inspección: certificado que indica que las mercancías han sido examinadas y encontradas conformes con lo mencionado en un contrato o una pro forma.

° Certificado de peso: es un documento en el que se hace constar el peso de la mercancía (neto y bruto) bulto por bulto.

° Declaración de aduana: se denomina así al formulario impreso, debidamente requerido por el importador/exportador que tiene como objetivos principales: permitir la liquidación y el cobro de derechos, impuestos u otros gravámenes que se deba pagar por las mercancías y fiscalizar la importación / exportación de mercancías sujetas a limitaciones y/o protecciones (flora /fauna) y/o prohibiciones y/o exenciones (derechos).

° Declaración de mercancías. Acto efectuado en forma prescrita por el cual se indica el régimen aduanero a aplicar.

2.6 PROGRAMAS E INSTITUCIONES DE APOYO A LA EXPORTACIÓN.

Los programas de fomento a las exportaciones tienen como principal objetivo otorgar beneficios a las empresas que exportan. Estos programas son autorizados por la Secretaría de Economía, a través de la Dirección General de Servicios al Comercio Exterior, y son los siguientes:

° Programa de Importación Temporal para producir artículos de Exportación (PITEX):

Se autoriza el programa a empresas establecidas en el país, productoras de bienes no petroleros que exporten o se comprometan a exportar anualmente por lo menos \$500,000 dólares o su equivalente en otras divisas, o bien facturen productos de exportación, cuando menos por el 10% de sus ventas totales y que quieran importar temporalmente materias primas, partes, componentes, materiales auxiliares, envases, material de empaque, combustible y lubricantes.

° Empresas Altamente Exportadoras (ALTEX): se otorga facilidades administrativas y de financiamiento a las empresas ALTEX. Con el beneficio de la devolución inmediata del IVA cuando este sea a su favor. Exención del requisito de segunda revisión de las mercancías exportadas en la aduana de salida, siempre que estas se hayan despachado en una aduana anterior y la posibilidad de nombrar a un apoderado aduanal para varias aduanas y diversos productos previa autorización de la SHCP. Estas obtienen también las condiciones de empresa PITEX.

° Empresas de Comercio Exterior (ECEX): tiene como objetivo promover el establecimiento de empresas de comercio exterior, y tiene como beneficios generales, obtener la constancia de empresas altamente exportadora, inscribirse en el Programa PITEX, los que establece la Secretaría de Economía (SECON) , que gozan de un trato preferente de Nacional Financiera (NAFIN) y que el Banco de Comercio Exterior (BANCOMEXT), otorga una reducción en el costo de los productos y servicios no financieros mediante su programa de apoyo integral.

° Programa de Devolución de Impuestos de Importación a los exportadores o (DRAW BACK): tiene como objetivo promover la devolución de impuestos causados por la importación de insumos incorporados a mercancías exportadoras o de mercancías que se retornen al extranjero en la misma situación.

° Ferias Mexicanas de Exportación (FEMEX): en la actualidad existen dos instancias gubernamentales que conceden este tipo de apoyo BANCOMEXT y NAFIN, estos son en diferentes modalidades y niveles: crédito a la pre-exportación, crédito a las ventas de exportación, proyectos de inversión, cartas de crédito, líneas de crédito de importación, servicios fiduciarios, productos bancarios, etc.

° El Programa Nacional de Ferias y Exposiciones Internacionales ofrece los siguientes beneficios: contactar con posibles clientes y/o socios internacionales, en búsqueda de exportaciones directas, canales de comercialización o algún tipo de alianza estratégica. Dar a conocer los productos mexicanos en el mundo. Entrar en contacto con los estándares de calidad y las tendencias de moda, etiquetado, empaque y embalaje demandados a nivel

internacional. Tener acceso a nuevas tecnologías y modos de producción. En caso de participar en alguna de las ferias integradas en el Programa Nacional de Eventos Internacionales, la empresa accede a apoyo financiero y logístico por parte de BANCOMEXT. Para los eventos clasificados como tipo A, en donde el organizador es BANCOMEXT, el apoyo financiero, a fondo perdido, es del 50% en los casos de ferias en Estados Unidos por los conceptos de renta de espacio, gasto de operación, difusión y envío de muestras. En lo que se refiere al concepto de construcción, se otorgará un 75%. Para los demás mercados, el apoyo es del 75% sobre todos los conceptos presupuestados. En ambos casos, las empresas acreditadas en primer piso tendrán derecho a un apoyo adicional del 10%. En el caso de los eventos clasificados como tipo B, en donde el organizador es el sector privado, se da el mismo apoyo financiero, bajo el mecanismo de reembolso. Los requisitos para acceder al financiamiento son: calificación del Centro Bancomext - SIMPEX; capacitación de la empresa si carece de experiencia exportadora; atención profesional del stand y entrega del cuestionario de evaluación.

° El COMPEX es la Comisión Mixta para la Promoción de las Exportaciones, es un órgano auxiliar del Ejecutivo Federal en materia de promoción del comercio exterior mexicano (Artículo 7 de la Ley de Comercio Exterior), integrada por representantes del sector público y privado. COMPEX tiene como principales objetivos: promover las exportaciones a través de la concertación de acciones para simplificar los trámites administrativos y reducir los obstáculos técnicos al comercio exterior y fomentar la cultura exportadora.

Algunas de las funciones del COMPEX son: a través de reuniones estatales (convocadas por las Delegaciones Federales de SECON y los Gobiernos de los Estados y realizadas mensual o bimestralmente), los exportadores o potenciales exportadores, presentan a los servidores públicos y representantes de los organismos cúpula empresariales presentes, las problemáticas y propuestas de agilización de trámites en materia de comercio exterior, con objeto de discutir las y de ser posible resolverlas en el mismo lugar y momento. Aquéllas problemáticas que no pueden resolverse en el nivel estatal, o sean de competencia federal, deberán remitirse a la Dirección de COMPEX, esto con el objeto de que sean clasificadas de acuerdo a su temática, ingresadas en la base de datos COMPEX y canalizadas a las autoridades competentes en su nivel federal. COMPEX gestiona ante las dependencias correspondientes la pronta resolución de las problemáticas y responde a los promoventes a la brevedad posible. Coordina reuniones de trabajo mensuales con los Miembros Permanentes del Sector Público de la Comisión, para actualizar la información sobre los

casos presentados y obtener el mayor número de respuestas. Cuando la naturaleza de los casos lo amerita, convoca a las partes y dependencias involucradas a reunirse para buscar una alternativa de solución. Propone y promueve ante las dependencias medidas para la agilización de trámites administrativos y la eliminación de obstáculos que impidan el buen desempeño del sector exportador.

INSTITUCIONES DE APOYO AL COMERCIO EXTERIOR.

Algunas de las principales instituciones de apoyo al comercio internacional son:

- ° Secretaría de Economía: una de las funciones principales es establecer los lineamientos de política de comercio exterior. Diseñar y evaluar los programas de fomento a las exportaciones. Recibir solicitudes y expedir permisos de importación y exportación. Así como elaborar informes de comercio exterior.
- ° Secretaría de Hacienda y Crédito Público: autoriza los impuestos y tarifas aduanales, clasifica las mercancías, cambios de aduana o de régimen, allí se tramita el RFC, como clave del exportador y las autorizaciones de importaciones y exportaciones.
- ° Secretaría de Salud: otorga la autorización sanitaria de importación y exportación de alimentos al natural y procesados, bebidas, medicamentos, equipo médico, entre otros.
- ° Secretaría de Educación Pública: autoriza la importación, exportación y repatriación de cuadros y piezas históricas y esculturas.
- ° Secretaría de Agricultura, Ganadería y Desarrollo Rural: asesora la importación y exportación de animales, esta facultada para expedir los certificados fitosanitarios y zoonosanitarios principalmente para importación de vegetales, animales, productos y subproductos así como productos biológicos, químicos, farmacéuticos y alimenticios para uso en animales o consumidos por estos.
- ° Secretaría de Medio Ambiente Recursos Naturales y Pesca: autoriza la importación y exportación de acuerdo a la guía pesquera y esta facultada para expedir la autorización correspondiente para la importación o exportación de residuos peligrosos.
- ° Secretaría de la defensa nacional: regula la importación y exportación de armas de fuego, explosivos e instrumentos bélicos.
- ° Secretaría de Relaciones Exteriores: esta encargada de planear y dirigir la política de relaciones con el exterior, de las que el comercio es parte fundamental. Coordina las actuaciones de las delegaciones mexicanas que participan en las reuniones de organismos económicos internacionales.

° **Secretaría de Comunicaciones y transportes:** regula y controla los servicios de transporte aéreo nacional e internacional, los servicios auxiliares conexos y sus instalaciones. Promover acciones que faciliten la internacionalización del transporte, promover el desarrollo del sistema portuario nacional y ejercer autoridad portuaria, a su cargo esta el uso y aprovechamiento, construcción y explotación de bienes del dominio público en los puertos y terminales aéreas y ferroviarias.

° **Banco Nacional de Comercio Exterior:** Otorga financiamientos a empresas a corto, mediano y largo plazo para exportar productos y servicios no petroleros e importar bienes de capital e insumos para la exportación. Prestación de servicios de información, capacitación y asesoría en materia financiera y comercial para facilitar el intercambio con el exterior y la inversión extranjera. Prestación de servicios de identificación de nichos de mercado, elaboración de perfiles y estudios por producto y país, y apoyo para participar en actividades internacionales a fin de promover la internacionalización de las empresas. Y promueve la integración de pequeñas y medianas empresas a la exportación.

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

CAPITULO 3. ANÁLISIS ESTRATÉGICO DE LA EMPRESA CON PERFIL EXPORTADOR

3.1 EL PLAN DE NEGOCIOS DE EXPORTACIÓN.

Un Plan es una estructura bien definida para la ejecución de un proyecto. Por lo tanto un "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 esquivas, eliminación o reducción de los riesgos previsibles en su camino hacia los fines que pretende."⁷

El plan de negocios comprende el máximo aprovechamiento de los recursos financieros tecnológicos y humanos. Presenta claramente las oportunidades de inversión de un proyecto, para lograr satisfactoriamente las metas que la organización pretende en función de los resultados, costo y tiempo. El contenido del plan de negocios debe de considerar tres aspectos: situación general de la organización, a dónde pretende llegar y de qué medios se debe valer para lograrlo.

El plan de negocios debe ser flexible ante situaciones inesperadas fuera de nuestro alcance tales como los cambios sociales, demográficos, económicos y de costumbres que rodean nuestro entorno que puedan afectar a la organización y sus metas. Debe ser flexible también a cambios internos como pueden ser las relaciones obrero-patronales o la forma de estructura interna de la organización.

Elaborar un plan de negocios es una manera ordenada y práctica para dirigir eficazmente una organización pero también es útil para la obtención de créditos y captación de inversionistas, así como para que los socios o accionista comprendan fácilmente los objetivos de la organización y demuestra la viabilidad de un negocio en caso de que se desee ponerlo en venta.

Al iniciar el plan de negocios es importante considerar las funciones específicas de cada área de trabajo que conforman la organización, auxiliándonos del organigrama, manuales de operaciones, manuales de actividades, ya que de las actividades y funciones específicas del personal se parte para que todo el recurso humano de todos los niveles jerárquicos colabore

⁷ Lerma, Kirchner Alejandro. "Comercio Internacional". ECAFSA. México 2000. p.39

para alcanzar los objetivos establecidos por la organización. Todos los que conforman una organización deben colaborar con el desarrollo de la misma.

El plan de negocios varía su contenido de acuerdo a la organización que lo desarrolle, puede ser sencillo o complejo.

Según Alejandro Lerma el siguiente esquema es aplicable a organizaciones medianas y grandes y consta de 5 tareas, 3 situaciones y de 8 secciones:

Las tareas son:

1. Investigación interna.
2. Investigación externa.
3. Análisis de la situación interna y externa.
4. Generación de ideas, conceptos y proyectos.
5. Redacción del plan de negocios.

Las situaciones son:

1. Situación actual de la organización.
2. Situación deseada en el futuro
3. Camino para llegar a la situación deseada a partir de la situación actual.

Las secciones son:

1. Carátula o portada.
2. Índice
3. Introducción y propósitos
4. Resumen ejecutivo.
5. Estimación de rendimiento y retorno de la inversión
6. Situación actual (para empresas en operación)
 - 6.1 La estructura organizacional: áreas, funciones, métodos y procedimientos.
 - 6.2 Dirección.
 - 6.3 Situación financiera.
 - 6.4 Situación del área de producción o en el área de prestación del servicio.

- 6.5 El producto o servicio.
- 6.6 Situación comercial.
- 6.7 Competencia.
- 7. Situación futura: planes y/o proyectos de nuevos negocios o crecimiento.
 - 7.1 Programa para cada uno de los proyectos.
 - 7.2 Presupuesto.
 - 7.3 Requisitos legales.
- 8. Anexos.

Estos esquemas presentados, son propuestas flexibles, pueden ser adaptadas a las necesidades, objetivos, recursos económicos, técnicos o financieros de cada organización, de acuerdo a los planes y proyectos deseados.

Derivado del plan de negocios, donde ya se tiene definidos los objetivos deseados, de acuerdo con los recursos con los que cuenta cada organización, se deriva el PLAN DE EXPORTACIÓN, "que es un documento que guía el esfuerzo exportador de cualquier empresa, le dice a donde quiere ir y como llegar al mercado internacional."⁸

El plan de exportación se realiza de manera independiente al plan de negocios, ya que el mercado internacional al que va dirigido es distinto al mercado interno. Donde existen variantes tales como: costumbres, ideologías, usos, medios de transporte, trámites aduanales, barreras comerciales, barreras arancelarias, no arancelarias y medios de pago; situaciones a considerar para elaborar el plan de exportación.

El siguiente es el esqueleto de un plan de exportación:

- 1. Carátula
- 2. Índice
- 3. Introducción.
- 4. Resumen ejecutivo.
- 5. Observaciones y recomendaciones.
- 6. Objetivos comerciales y financieros.
- 7. Análisis de la situación actual.

⁸ Boreilo, Antonio. "El plan de Negocios". Mc Graw-Hill. 2000. p. IX

- 7.1 La empresa.
- 7.2 El producto o servicio.
- 7.3 El mercado.
- 8. El mercado meta.
 - 8.1 Identificación, evaluación y selección del mercado meta.
 - 8.2 El consumidor.
 - 8.3 Canales de distribución.
- 9. El entorno.
- 10. Sugerencias de estrategias.
- 11. Plan de acción.
- 12. Presupuesto para la exportación.
- 13. Anexos.

El éxito para que un plan de exportación funcione requiere del conocimiento de las capacidades con que se cuentan, así como las oportunidades que presente el mercado meta y la rentabilidad del producto que pretendemos poner en el mercado internacional.

3.2 ASPECTOS DEL PROCESO PRODUCTIVO.

Como parte del análisis estratégico de la empresa, se requiere una breve descripción del proceso productivo.

El proceso es una serie de fases para la transformación de un elemento. La producción es una actividad humana que tiende a satisfacer las necesidades humanas en forma directa o indirecta. La producción es el punto de partida de la actividad económica. En ella intervienen cuatro factores: la naturaleza, el capital, el trabajo y el empresario. La naturaleza, elemento originario, es el ambiente físico que nos rodea: tipo de suelo, clima, ríos, montañas. El trabajo, elemento activo y propiamente humano, es la fuerza muscular o intelectual aplicada a la naturaleza para transformarla. El capital, factor instrumental, es un producto de la naturaleza y del trabajo. Esta formado por maquinas, medios de transporte, edificios, técnicas y herramientas que sirven para acelerar la producción. El empresario, elemento coordinador, asume una función similar a la del cerebro del organismo humano, combina la

naturaleza, el trabajo y el capital en proporciones adecuadas para obtener el máximo rendimiento con el mínimo esfuerzo.

Cada uno de los factores mencionados aporta una porción del producto, una vez producido un bien, llega el momento de distribuirlo o cambiarlo a través de la moneda o dinero.

Proceso productivo

A partir de la década de los ochenta el mundo ha sido testigo del desarrollo de nuevos procesos productivos, difundidos a partir de la aplicación de nuevas tecnologías, y de una mayor diferenciación en los modos de consumo. No acorde con estos cambios sociales, el análisis de la teoría económica tradicional respecto al cambio tecnológico abstrae la base social sobre la cual se desarrollan los procesos productivos. La causa principal de esta carencia reside en que a la tecnología se le considera exógeno al sistema de producción. Por tanto, el problema del cambio tecnológico se reduce al criterio de selección de técnicas cuando se considera la articulación de los diversos elementos que aparecen en el proceso de producción.

Al ser la tecnología exógena a los productores, éstos deben considerarla un dato a partir del cual deberán maximizar sus ganancias y minimizar sus costos. Los aspectos tecnológicos desde esta perspectiva sólo se pueden captar una vez que está establecido el sistema de precios; con ello se elimina por tanto el problema de la relación social capitalista en el interior del proceso productivo.

El proceso de producción desde el punto de vista técnico

El proceso de producción se concibe en general, desde el punto de vista técnico, como la acción de la capacidad de trabajo que se despliega mediante la maquinaria y las herramientas en diferentes objetos materiales, que serán transformados con el fin de obtener un producto cualitativamente diferente. En la relación social capitalista, estos objetos materiales se ordenan y pasan a lo largo de una secuencia de procesos de transformación racionalmente organizados y controlados; la secuencia analítica de estos procesos parciales describe el uso productivo de las materias primas y materias auxiliares, que son modificadas por la acción de diferentes trabajos que utilizan diversas herramientas y maquinarias. El desarrollo de estos procesos parciales está acotado por un tiempo determinado; de lo

contrario, el proceso parcial sería ineficiente, y el objetivo del proceso productivo —la producción de mercancías— no se podría realizar en términos socialmente productivos. De esta manera, el fin fundamental de todo proceso de producción capitalista es realizar el trabajo en el menor tiempo posible, lo cual supone un uso racional y eficiente tanto de la maquinaria como de los medios de trabajo que serán utilizados para transformar las materias primas.

3.3 ANALISIS CONTABLE Y FINANCIERO DE LA EMPRESA.

El propósito de toda empresa esta dirigido a generar riqueza por lo tanto toda aquella persona que la dirija debe de conocer desde el punto de vista financiero, a) generación de la riqueza, b) el retorno de la inversión de los socios o accionistas, y c) la generación de flujo de efectivo.

La información financiera debe ser cuantitativa, confiable y oportuna, ya que es la base para la toma de decisiones, como un arma competitiva que ayude a la empresa a ir hacia adelante a captar mercado, mejorar su rentabilidad y mejorar su eficiencia.

La información financiera esta dirigida en primer lugar, a satisfacer las necesidades internas y esta dirigida a los administradores de la empresa para la toma de decisiones. En segundo lugar, debe satisfacer las necesidades de tipo financiero en general, dirigida a interesados que están involucrados directamente con la administración y por último, debe cubrirse las necesidades fiscales. Es importante que esta información emane de una sola fuente que es el sistema general de contabilidad.

La información departamental y de centros de costos es necesaria con el fin de que los responsables puedan vigilar y administrar su área maximizando los resultados. El nivel más alto lo constituyen las áreas funcionales como, ventas, producción, mercadotecnia o comercialización, administración y finanzas.

La información financiera histórica es una fuente importante para el análisis de los resultados de la empresa pero es necesario conocer el entorno competitivo en que opera la empresa a

evaluar, el sistema de comercialización, la calidad de los productos, su precio y el personal de la empresa.

El valor real de los estados financieros radica en el hecho de que dichos documentos pueden usarse para ayudar a predecir las utilidades y los dividendos futuros de la empresa. Desde el punto de vista de la administración, "el análisis de estados financieros es útil como una forma de anticipar las condiciones futuras, y lo que es más importante, como un punto de partida para la planeación de aquellas operaciones que hayan de influir sobre el curso futuro de los eventos".⁹

Los cuatro estados financieros básicos son el Balance General, Estado de Resultados, Estado de Origen y Aplicación de Recursos, Estado de Costos, Producción y Ventas. Los administradores e inversionistas utilizan la información que proporcionan estos documentos para formarse expectativas acerca de los niveles futuros de utilidades y dividendos acerca del riesgo de la empresa. El análisis de los estados financieros inicia con el cálculo de un conjunto de razones financieras cuyo propósito es revelar los puntos fuertes y débiles de una empresa y mostrar si la posición ha mejorado o se ha deteriorado a través del tiempo. Las razones financieras se han diseñado para mostrar las relaciones que existen entre las cuentas de los estados financieros.

A continuación alguna de las razones financieras más utilizadas:

Razones de liquidez: muestran la relación que existen entre los activos circulantes contra los pasivos circulantes, indican la capacidad de la empresa para satisfacer las deudas de vencimiento próximo. Proporciona el mejor indicador individual de la medida en que los derechos de los acreedores a corto plazo quedan cubiertos por los activos que se espera se conviertan en efectivo en un plazo muy breve.

Razón circulante = activos circulantes

Pasivos a corto plazo

⁹Moreno, Fernández Joaquín A. "La administración financiera del capital de trabajo". IMPC.1998.México. p.30

Razón de prueba del ácido = activos circulantes -inventarios

Pasivos circulantes

Esta ultima razón representa los pesos de activos disponibles (casi inmediato) con que se cuenta para el pago de pasivos a corto plazo. En esta prueba se eliminan los inventarios, ya que en el flujo normal de efectivo de una empresa, son los que más tardan en convertirse en efectivo.

Razones de solvencia o endeudamiento: también conocidas con el nombre de Razones de apalancamiento, se entienden por la proporción de deudas o pasivos que tiene una empresa respecto de los recursos totales invertidos en la misma, es decir arrojan el índice de ayuda externa utilizada respecto de la inversión realizada por los propios accionistas de la empresa. El apalancamiento muestra la ayuda externa que se esta utilizando en un negocio en un momento dado. A continuación se muestran las razones de endeudamiento o apalancamiento.

Pasivo total

Activo total

Se interpreta como que los acreedores tienen cierta cantidad de dinero en riesgo en la empresa por cada peso de recursos totales invertidos en la empresa.

Capital contable

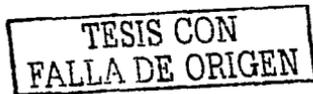
Activo total

Es una razón complementaria de la anterior y se interpreta como que por cada peso de activo total, los accionistas han invertido cierta cantidad de dinero.

Pasivo total

Capital contable

Representa que por cada peso de terceros los inversionistas tienen cierta cantidad de dinero invertido.



Razones de rendimiento: se refieren fundamentalmente al rendimiento o utilidades generadas por la inversión que mantienen en una empresa.

Razones de rendimiento sobre la inversión:

Utilidad neta

Capital contable actualizado

Utilidad neta

Capital contable promedio actualizado

Utilidad neta

Capital social actualizado + Reservas + Promedio de utilidad del ejercicio

En todos los casos se considera como utilidad neta el remanente de utilidad después del reparto de utilidades a los trabajadores y del pago del impuesto sobre la renta, es decir, es la utilidad disponible para aplicarse o distribuirse en los renglones en que la asamblea de accionistas determine. Cada razón se explica por si misma, por lo que todas representan el porcentaje de rendimiento neto que la inversión de los accionistas ha obtenido como resultado de su inversión en una empresa dada.

Razones de rendimiento del activo del activo total

Utilidad Neta

Activo total revaluado

Es el porcentaje de utilidad generada por la inversión total que se mantienen en la empresa, sin importar de donde han provenido los recursos invertidos.

Razones de rendimiento de cobertura de intereses

Utilidad en Operación antes de Intereses

Intereses devengados

Expresa el rango en que pueden decaer las utilidades sin imposibilitar a la empresa para hacer frente a sus obligaciones por intereses.

Razón de rendimiento de Utilidad neta contra ventas netas

Utilidad neta

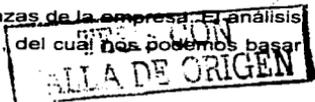
Ventas netas

Es el porcentaje de utilidad neta después de impuestos y participación, generada por cada peso vendido.

Es muy importante analizar las tendencias de las razones financieras así como sus niveles absolutos, ya que las tendencias proporcionan valiosos indicios en cuanto a la probabilidad de que la situación financiera de una empresa mejore o empeore. El análisis de las razones financieras es ciertamente una herramienta útil, sin embargo cuando el análisis de razones financieras se lleva a cabo de una manera mecánica y sin mayores reflexiones, se corre el riesgo de caer en errores pero cuando se utilizan de manera reflexiva, proporcionan visiones útiles de las operaciones de la empresa.

3.4 ANALISIS DE FODAS

El análisis es un medio sistemático para que una empresa llegue a ser lo que quiere ser. Como resultado de un análisis contable y financiero de la empresa, con ayuda del análisis de las razones financieras podemos conocer y determinar las FODAS de una empresa. Las FODAS son las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas de la empresa. El análisis de FODAS permite tener un diagnóstico exacto de la empresa, del cual nos podemos basar



para tomar decisiones que nos lleven a lograr los objetivos o metas de la organización. Las fortalezas y las debilidades generalmente son factores internos, es decir, los administradores o directivos tienen dominio sobre ellas. Las oportunidades y las amenazas son externas, son factores fuera de nuestro alcance.

Fortalezas internas: son las capacidades básicas en áreas clave de la empresa, utilización de estudios financieros adecuados, buena imagen y presentación de los competidores, ser reconocido como un buen líder de mercado, tener conocimiento del mercado meta, mejor publicidad y habilidad para la innovación de productos competitivos.

Debilidades internas: son aquellos aspectos con los que la organización puede ser más vulnerable tales como no tener una estrategia clara en la dirección, tener instalaciones obsoletas, que la rentabilidad sea inferior al promedio, falta de talento gerencial, falta de algunas capacidades y habilidades, que la línea de productos sea limitada en comparación con la competencia, tener poca fuerza en el mercado, deficiencia en mercadotecnia, costos unitarios elevados entre otros.

Oportunidades externas: son los aspectos en los que la organización puede tener desarrollo, como tener atención a grupos adicionales de clientes además de los ya cautivos, abrirse a nuevos mercados, innovar en la línea de productos, diversificación de productos, crecimiento y desarrollo en el mercado entre otros.

Amenazas externas: son elementos que pueden poner en riesgo a la empresa, como la entrada de competidores foráneos con costos menores, crecimiento lento en el mercado, estancamiento del producto o los servicios, cambios drásticos en los tipos de cambio de divisas, cambios de costumbres de los consumidores y cambios sociales.

El análisis de FODAS es una herramienta para la toma de decisiones y el desarrollo de estrategias. Las estrategias son las respuestas a las necesidades de enfrentarse al futuro incierto, complejo y cambiante. Estas variantes externas que interactúan en el medio ambiente de las organizaciones sobre las cuales los administradores de la empresa no tienen control, lo que son las oportunidades y amenazas. Un futuro incierto y cambiante se complica por la interrelación de fuerzas y tendencias ambientales que proyectan fenómenos complejos de gran peso, es complejo construir escenarios futuros que adecue a una organización y

mejoren sus productos, sus clientes, su competencia y su tecnología. La apropiada interpretación de las FODAS dependerá de la calidad de respuesta al futuro a partir del presente.

Del análisis de FODAS y de la interpretación, es la información que nos llevara a conformar un escenario posible y probable sobre el entorno ambiental en que se encontrara la empresa. Para el análisis de FODAS de la empresa es importante considerar tres elementos esenciales que son el mercado, el producto y el medio. Estudiar el mercado atendido por la organización y su competencia, examinar el comportamiento, deseos, necesidades y expectativas de los clientes actuales. Estudiar la aceptación de los productos de la organización y como se han adentrado en el gusto de los consumidores, así como estudiar el producto en sí, que es, que contiene, que satisface, que hace y por que podría ser sustituido. Analizar el medio, los cambios económicos, políticos, sociales y tecnológicos, elementos externos que podrían definir las FODAS de una empresa.

Definir las FODAS de una empresa es un paso primordial para el análisis integral de cualquier empresa, para su desarrollo interno y la expansión de la misma.

3.4.1 ORGANIZACION DE LA EMPRESA.

Una parte esencial dentro de toda empresa es saber como se encuentra conformada, ya que este punto puede ser también una fortaleza y debilidad.

Cuando se aplica el principio de la división del trabajo. Los puestos se hacen especializados, cada miembro de la Organización se ve animado, por la naturaleza de la especialización, a concentrarse en su tarea, cuando cada uno de esos puestos se sincroniza con todos los demás de la empresa se produce una coordinación. Debe haber un plan para la coordinación sistemática del trabajo de cada puesto especializado, de modo que el total de la actividad realice el objetivo único. Este plan para la disposición sistemática del trabajo constituye la estructura de la organización, por consiguiente, la estructura de la organización es el marco de las responsabilidades, las autoridades y las comunicaciones de los individuos; define sus funciones y las relaciones de cada área con las demás.



Un organigrama muestra esas relaciones gráficamente: las relaciones de autoridad entre superiores y subordinados. Entonces un organigrama "es una gráfica donde se señalan como se vinculan entre sí los departamentos a lo largo de las líneas de autoridad principales"¹⁰. Existen tres formas de representar los organigramas:

- a) Vertical: en la que los niveles jerárquicos quedan determinados de arriba hacia abajo.
- b) Horizontal: los niveles jerárquicos se representan de izquierda a derecha.
- c) Circular: donde los niveles jerárquicos quedan determinados desde el centro hacia la periferia.
- d) Mixto: se utiliza por razones de espacio, tanto horizontal como vertical.

Una de las funciones del organigrama es procurar que ninguna de las funciones se duplique o descuide, esta finalidad se logra solamente cuando cada miembro comprende como se relaciona su trabajo con otros de su unidad y con los de todas las demás unidades.

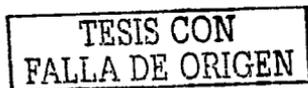
3.5 DIMENSION DEL POTENCIAL EXPORTADOR DE LA EMPRESA.

La dimensión se refiere a la importancia o trascendencia de un hecho y el potencial se refiere al poder disponible o que puede suceder o existir, entonces la dimensión del potencial exportador se refiere al interés particular de una organización por darse a conocer y mantenerse en un mercado internacional, es decir vamos con la idea de conquistar un mercado externo y no deseamos morir en el interno. Para ello ya hemos realizado el análisis contable y financiero de la empresa, y el análisis de FODAS, nos queda analizar el potencial exportador de la empresa, estar concientes de las capacidades e incapacidades de la empresa para entrar en el ámbito internacional. Basados en el deseo de vender productos a países que no producen lo que les ofrecemos, por lo tanto tenemos que ofrecer un buen negocio al cliente extranjero, esto puede definirse como una ventaja competitiva de la que gozan algunas naciones en el mercado internacional. Considerando que existen ventajas o desventajas competitivas en este mercado tales como son los costos de la mano de obra,

¹⁰ Koontz, Harold "Elementos de Administración". McGraw-Hill. México. 1998. p. 213

tasa de interés, el tipo de cambio entre otras. La mejor manera en que las empresas pueden lograr una ventaja competitiva internacional consiste en hacer innovaciones, la que se presenta con el beneficio geográfico de cada país, en el desarrollo de sus productos, que ofrecerá a clientes externos. Desarrollando un nuevo producto capaz de sustituir uno anterior, que será el que ofrecemos. La dimensión del potencial exportador nos lleva a estudiar si somos capaces de satisfacer la demanda del mercado exterior y adaptarnos al ambiente donde competiremos. Además de la innovación, un potencial de la empresa requiere contar con personal con las habilidades necesarias que serán el respaldo de nuestros nuevos clientes, la capacitación continua a nuestro personal será indispensable, ya que este se vuelve un potencial para exportar, la gente adecuada en el puesto adecuado también llevara al éxito a nuestra organización. La carencia del personal para dar soluciones a nuestros clientes y los problemas internos de la organización puede llevarnos al fracaso a la apertura de este nuevo mercado.

El potencial exportador de una empresa también comprende saber que contamos con las estrategias necesarias, para alcanzar las metas establecidas en la penetración de un nuevo mercado, con las expectativas de las utilidades que deseamos alcanzar. Para ello en base a nuestros análisis previos ya somos capaces de definir si se cuenta con un producto exportable considerando la calidad, el volumen y sobre todo los costos. Es necesario determinar si nuestro producto será vendible en el mercado meta. Un elemento que se volverá determinante para evaluar nuestro potencial es sin duda los costos como pueden ser el transporte, el precio de adquisición de los materiales, la mano de obra que incluye los salarios, la capacidad de producción y la capacitación, así como estudiar la posibilidad de reducir costos financieros, tales como, los costos energéticos o analizar los procesos productivos. Identificar si tenemos un sistema de comercialización adecuado, evaluar la capacidad de producción, tener bien determinado nuestro tipo de producción, la forma de producir, el nivel de producción y hasta el lugar en la que esta ubicada nuestra planta, la adecuada distribución de los canales de comercialización, si consideramos que todos estos factores están inclinados a nuestro favor entonces sabemos que contamos con potencial exportador.



3.6 LA OFERTA EXPORTABLE

La oferta es la cantidad de bienes, mercancías o servicios que son presentados en el mercado. La oferta tanto en el mercado interno como internacional esta en función del producto mismo que se desea comercializar y del precio.

Para determinar la oferta exportable es necesario conocer lo que los compradores desean, si es preciso hacer cambios de nuestro producto para integrarlo al nuevo mercado, tales como hacerlo más pequeño o mas grande, ligero, tal vez un sabor diferente, o envoltura innovadora o tal vez simplemente interese por ser distinto, escaso o inexistente en el mercado internacional de elección, la duración o vida útil, considerar las especificaciones técnicas, tomar en cuenta las medidas sanitarias del mercado meta. Así como tener en cuenta los productos sustitutos que podamos ofrecer ya que un solo producto corre riesgos dependiendo de las circunstancias del mercado. Para poder introducir un nuevo producto es necesario saber las características de población del mercado de interés, como puede ser, el tamaño de la población, la edad promedio de los habitantes, gustos, hábitos y costumbres que obviamente diferenciaran a las del mercado interno. La oferta exportable se basa principalmente en el producto que deseamos introducir, y este puede ser de muy diversa naturaleza que van desde bienes perecederos, materias primas o productos industrializados, bienes de consumo inmediato o servicios.

Al considerar nuestra oferta exportable debemos de tener la presunción de que nuestro producto o productos sean adquiridos allí para lo cual debemos de tomar en cuenta la demanda potencial o real. La demanda del producto puede afectarnos ya que puede ser por ejemplo que deseamos introducir un producto que no tenga demanda en cierta época del año, y el desconocimiento de esto podría ser nuestro fracaso en un primer intento de exportación. Ya que dependemos en cierto grado de la demanda del mercado establecido debemos de considerar las tendencias para el consumo del mismo. Tener en cuenta las tendencias o variables del mercado se refiere a tales como, los aspectos ecológicos, de salud y comodidad que deseen los consumidores hacia los cuales vamos dirigidos. El perfil de los consumidores es otro elemento relevante, saber a que tipo de publico vamos dirigido, infantil, juvenil, personas maduras o de la tercera edad, masculino, femenino, y si este tipo de población es la preponderante en el mercado elegido.

La oferta exportable en cuestión esta basado no solo en la capacidad de la empresa como un proveedor de un bien o servicio, si no a las expectativas generales que le ofrece el mercado internacional, estudiar detalladamente el mercado meta, distribución geográfica, las regulaciones a las que estará sometido el producto, el volumen que somos capaces de producir, perfil del consumidor y la competencia, sino que debemos de tener un plan integral para precisamente hacerle frente a todas estas circunstancias.

Para determinar la oferta exportable es necesario considerar la capacidad instalada de la empresa, esto significa conocer cuanto es capaz de producir en función de su infraestructura, maquinaria y equipo. De esta capacidad instalada conocer el porcentaje que se esta utilizando y por deducción su capacidad ociosa. Esto último nos permitirá estimar cuanto se puede ofrecer como exportación. Si la oportunidad de exportar rebasa la oferta exportable habría que analizar la flexibilidad de la empresa para abrir un segundo o tercer turno.

Considero que la oferta exportable esta basada también en ciertos cuestionamientos cómo que ofrecemos; es vendible lo que ofrecemos; a quien lo venderemos; porqué lo venderemos; en dónde lo venderemos y lo mas importante, esta venta generara ganancias. La respuesta a estos cuestionamientos es nuestra oferta exportable.

CAPITULO 4. ELABORACIÓN DEL PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPORTACIÓN DEL TEQUILA A CADIZ, ESPAÑA.

A continuación se elaborara el plan de negocios para la exportación del Tequila de la empresa "Licores el Moro, S.A. de C.V." que tiene como mercado meta la ciudad de Cádiz, España.

4.1 ANALISIS ESTRATÉGICO DE LA EMPRESA Y DETERMINACIÓN DEL PRODUCTO A EXPORTAR.

Licores el MORO, S.A. de C.V., es una empresa creada en 1911, ubicada en calle 7 No.1997 en la Colonia Noviembre en la Cuidad de México, D.F. con una planta ubicada en Zapotlanejo, Jalisco. Cuenta con capital 100% mexicano, esta integrada por 346 empleados. Licores el MORO tiene el proyecto de exportar Tequila a la ciudad de Cádiz, en una primera etapa y posteriormente se buscara la expansión a toda España.

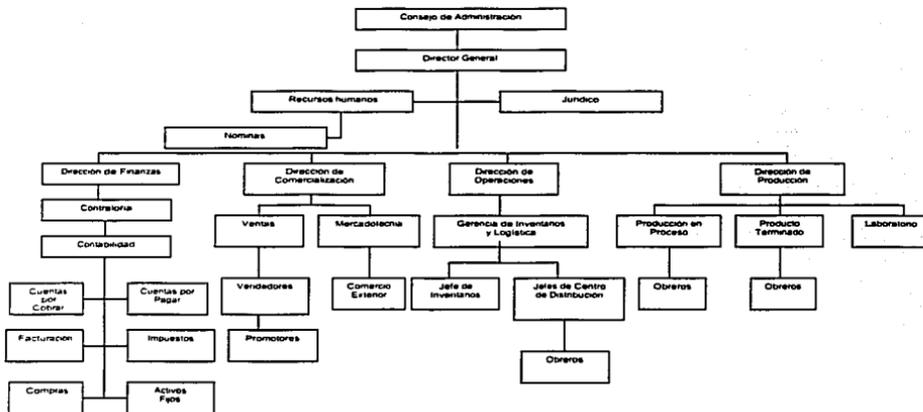
Objetivo: Ser una empresa mexicana competitiva en el mercado exterior, elaborar productos de alta calidad a base buenas materias primas, proporcionar a nuestros clientes un servicio eficiente y oportuno.

Visión: Expandir nuestro mercado a la Unión Europea como punto estratégico de distribución Cádiz, España manteniendo la calidad de nuestro producto.

Misión: Ser una organización mexicana de clase mundial en la producción de productos vitivinícolas; a partir de la lealtad y desarrollo de nuestros colaboradores, clientes, proveedores y accionistas.

La organización de la empresa se proyecta en el siguiente organigrama.

Licores el MORO, S. A. de C. V.



Iniciaremos el análisis de la empresa "Licores el MORO" con el análisis de FODAS.

Fortalezas: a) Experiencia de mas 92 años en el medio vitivinícola. b) Contar con denominación de origen. c) Estar integrada con personal eficiente y capacitado en todas sus áreas. d) Tener bien estructurado un proceso productivo. e) Contar con capital 100% mexicano. f) El mercado meta se localiza en un país donde el Tequila es muy apreciado.

Oportunidades: a) Ofrecer un producto original como lo es el Tequila en el mercado externo. b) contar con oferta exportable. c) Ofrecer a nuestros clientes un servicio de calidad.

Debilidades: a) Crisis en la producción del agave. b) No tener reformas organizacionales adecuadas y oportunas.

Amenazas: a) La competencia del tequila en el mercado. b) Crisis económica o social del mercado meta.



A continuación presentamos los Estados Financieros de "Licores el MORO, S.A. de C.V.", para el análisis de las razones financieras.

Licores el MORO, S.A. de C.V.

Estado de Resultados al 31 de Diciembre de 2001.

Ventas Netas	7,700,713.00
Costo de Ventas	4,483,657.00
Utilidad bruta	3,217,056.00
Gastos de Operación	
Gastos de Venta	1,258,697.00
Gastos de Administración	483,128.00
Suma Gastos de Operación	1,741,825.00
Utilidad de Operación	1,475,231.00
Intereses Ganados	8,054.00
Productos Financieros	- 201,582.00
Utilidad (pérdidas) en Cambios	87,256.00
Suma	- 106,272.00
Otros productos	- 15,833.00
Utilidad antes de ISR, PTU	1,353,126.00
Provisión para ISR del ejercicio	228,618.00
Utilidad o pérdida neta	1,124,508.00

Licores el MORO, S.A. de C.V.

Balance General al 31 de Diciembre de 2001.

ACTIVO

Efectivo en caja y bancos	663,154.00
Deposito a plazo fijo	100,223.00
Suma disponible	763,377.00
Cuentas por cobrar	
Clientes	23,981,038.00
Funcionarios y empleados	425,726.00
Impuestos por recuperar	5,757,934.00
Otros deudores	428,414.00
Suma cuentas por cobrar	30,593,112.00
Inventarios	23,394,227.00
Actualización de inventarios	115,252.00
pagos anticipados	875,000.00
Total activo circulante	24,384,479.00
Otros activos	10,986.00
acciones y obligaciones	2,644,011.00
Inmuebles, Máq. Y Equipo	2,430.00
Actualización de terrenos	1,108,636.00
Edificios, Máq. Y equipo	12,689,333.00

PASIVO

Créditos bancarios	645,665.00
Proveedores	3,354,905.00
Impuestos y derechos por pagar	7,874,607.00
Provisiones para ISR y PTU	6,368,106.00
Provisión préstamo al personal	170,945.00
Otros acreedores	725,164.00
Total pasivo	19,139,392.00

CAPITAL CONTABLE

Capital social	12,830,484.00
Reserva legal	16,800.00
Utilidad ejercicios anteriores	30,964,737.00
Efecto Acumulado de ISR	6,219,637.00
Utilidad del ejercicio	1,124,508.00
Actualización capital contable	63,035,815.00
Insuf. En la act. De capital	44,016,650.00
Total capital	57,736,057.00

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

Act. Edif. máq. Y equipo	12,623,033.00		
Depreciación acumulada	2,943,509.00		
Act. De la depreciación	7,655,436.00		
Total activo fijo	18,479,484.00		
Total activo	76,875,449.00	Total pasivo y capital	76,875,449.00

Razones financieras

Razón circulante	<u>31,356,489.00</u>	2.6229
	11,964,666.00	

Razón ácida o inmediata	<u>990,252.00</u>	0.0540
	18,322,772.00	

Razones de solvencia

<u>Pasivo total</u>	<u>34,213,478.00</u>	0.44505077
Activo total	76,875,449.00	
<u>Capital contable</u>	<u>42,661,971.00</u>	0.55494923
Activo total	76,875,449.00	
<u>Pasivo total</u>	<u>7,700,713.00</u>	0.10017129
Capital contable	76,875,449.00	

La razón circulante nos indica los pesos disponibles con los que se cuenta para el pago de los pasivos a corto plazo, es decir que por cada peso que debemos en una deuda menor a un año contamos con \$2.62 para pagarla.

El resultado obtenido en la razón ácida o inmediata, nuestro resultado no es muy favorecedor ya que arroja un resultado inferior a la unidad, lo que nos indica que no contamos con liquidez, ya que en esta prueba se excluyen los inventarios, que normalmente requieren de

más tiempo para su conversión a efectivo y en el caso de "Licores el MORO", los inventarios es nuestra existencia real en almacén, ya que estamos preparados para la temporada fuerte de nuestro producto, esta situación cambia a partir del mes de Octubre que es para nosotros la temporada alta, nuestro almacén disminuye considerablemente y aumenta en bancos y en cuentas por cobrar, si realizamos esta prueba en el mes de Noviembre obtendríamos un resultado de uno, lo que se vería entonces es una solvencia real. Considero que esta prueba no es perjudicial para nuestro proyecto de exportación, puesto que garantiza de cierta manera que tenemos producto en nuestro almacén.

En la razón de solvencia donde obtenemos un resultado de 0.4450 es favorable, ya que si nos arrojara un resultado superior a .50 nos muestra que la inversión de los acreedores en la empresa es preponderante en relación a la de los accionistas y que la calidad y resistencia de la situación financiera se tornan débiles, y en el caso de "Licores el MORO", no es así, ya que nuestros activos son suficientes para cubrir nuestras deudas. Dentro de esta misma razón, donde obtenemos un resultado de 0.5549, nos indica que las inversiones de activos que hemos realizado no han sido realizadas con capital propio, lo que se ve claramente en nuestro balance con la cuenta de créditos bancarios, que es una cantidad considerable; un resultado satisfactorio en esta prueba sería un resultado superior a 1, lo que nos da por resultado que por lo menos alguno de nuestros activos fijos fue adquirido con capital externo.

En el resultado obtenido de 0.1001, nos indica la participación de terceros en la empresa respecto de la inversión de los propios accionistas, es decir, que el total de nuestros pasivos no es superior a nuestro capital, que somos capaces de afrontar nuestros compromisos con terceros tanto a corto como a largo plazo.

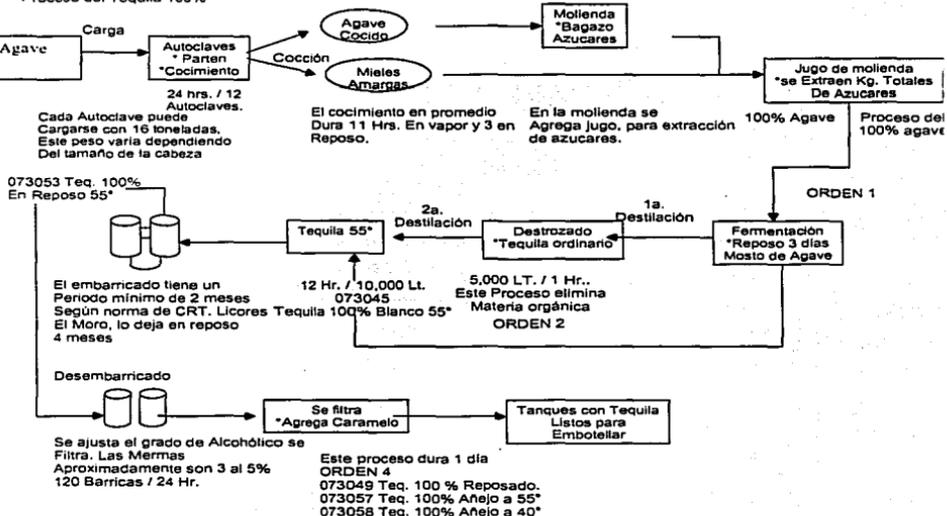
Con respecto al análisis de las razones financieras correspondientes considero a "Licores el MORO" una empresa financiera sana para el proyecto de exportación.

"Licores el MORO", tiene una planta ubicada en Zapotlanejo, Jalisco, estado ubicado en el bajío de la república mexicana, allí es donde principalmente se da la planta del agave, pasan 7 años para que esta llegue a madurar y es entonces donde por medio de un proceso de cocción y destilamiento principalmente, da como resultado la bebida más reconocida en el mundo originaria de México, el Tequila.

Con más de 90 años de tradición "Licores el MORO, S.A. de C.V." se da a la tarea de exportar este producto a un mercado de interés como lo es Cádiz, España. Al realizar nuestro Plan de Exportación, contamos con una capacidad de planta utilizada del 70%, lo que nos permite una producción en promedio de 1,000,000.00 de litros mensuales, el treinta por ciento restante es nuestra oferta exportable, sin descuidar el mercado interno, y mucho menos la calidad, ya que el Tequila también es un producto de gran demanda en nuestro país.

A continuación el esquema del proceso productivo del Tequila de "Licores el MORO, S.A. de C.V."

Proceso del Tequila 100%



Tanques con Tequila
Listos para
Embotellar

Líneas de Embotellado

Las líneas de Embotellado tienen un tiempo y Unidades estándar de Producción de 200 cl. X Hora.

Los componentes que intervienen en la producción como producto terminado son:

- > Botella.
- > Caja.
- > División.
- > Etiquetas, Contra Etiqueta, Cuello.
- > Tapas.
- > Tequila.

	Tequila Blanco		Tequila Joven u Oro		Tequila Reposado		Tequila Añejo	
	Mínimo	Máximo	Mínimo	Máximo	Mínimo	Máximo	Mínimo	Máximo
Porcentaje de Alcohol a 20°	38.0	55.0	38.0	55.0	38.0	55.0	38.0	55.0
Extracto Seco	0	0.20	0	5.0	0	5.0	0	5.0
Valores Expresados en Mg./100Ml referidos a Alcohol anhidro								
Alcoholes superiores (En Alcohol amilico) (1)	20	400	20	400	20	400	20	400
Metanol (2)	30	300	30	300	30	300	30	300
Aldehídos	0	40	0	40	0	40	0	40
Esteres	2	270	2	350	2	360	2	360
Funtural (3)	0	1	0	1	0	1	0	1

Nota 1:

Supeditado a un análisis cromatografico, se puede elevar el parámetro máximo hasta 500 mg./100ml.

Nota 2:

El parámetro mínimo puede disminuir si el productor de tequila demuestra a satisfacción del organismo de certificación acreditado, que es viable reducir el contenido de metanol mediante un proceso distinto.

Nota 3:

Supeditado al análisis, vía húmeda, se puede elevar el parámetro máximo hasta 4 mg./100 ml.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

El Tequila, bebida alcohólica regional obtenida por destilación y rectificación de mostos preparados directa y originalmente del material extraído, dentro de las instalaciones de fábrica, derivado de la molienda de las cabezas maduras de agave, previa o posteriormente hidrolizadas o cocidas y sometidas a fermentación alcohólica con levaduras, cultivadas o no, siendo susceptible de ser enriquecido con otros azúcares hasta en una proporción no mayor de 49%, en la inteligencia de que no están permitidas las mezclas en frío. El tequila es un líquido que, de acuerdo a su tipo, es incoloro o amarillento cuando es maduro en recipientes de madera de roble o encino, o cuando se aboque sin madurarlo. Este es el concepto oficial derivado de la NORMA OFICIAL MEXICANA NOM-006-SCFI-1994, publicada en el diario oficial de 3 de Septiembre de 1997, esta norma establece las características y especificaciones que deben cumplir los usuarios autorizados para producir, envasar y comercializar tequila, esa norma cancela a la NOM-006-SCFI-1993. El Comité Consultivo Nacional de Normalización de Seguridad del Usuario, Información Comercial y Prácticas de Comercio, ordenó la publicación de la norma vigente.

Dentro de esta norma también se establece los diferentes tipos de Tequila y las características de cada uno de ellos, se describen a continuación:

- ° Tequila blanco: producto cuya graduación alcohólica comercial debe, en su caso, ajustarse con agua de dilución.
- ° Tequila joven u oro: producto susceptible de ser abocado, cuya graduación alcohólica comercial debe, en su caso, ajustarse con agua de dilución; el resultado de las mezclas de tequila blanco con tequilas reposado y/o añejos se considera como tequila joven u oro.
- ° Tequila reposado: producto susceptible de ser abocado, que se deja por lo menos dos meses en recipientes de madera de roble o encino, cuya graduación alcohólica comercial debe, en su caso, ajustarse con agua de dilución. En mezclas de diferentes tipos de tequilas reposados, la edad para el tequila resultante es el promedio ponderado de las edades y volúmenes de sus componentes.
- ° Tequila añejo: producto susceptible de ser revocado, sujeto a un producto de maduración de por lo menos un año en recipientes de madera de roble o encino, cuya capacidad máxima sea de 600 litros y con una graduación alcohólica comercial que debe en su caso, ajustarse

con agua de dilución; en mezclas de diferentes tequilas añejos, la edad para que el tequila resultante es el promedio ponderado de la edades y volúmenes de sus componentes.

El punto 8.3.1 de la norma vigente antes mencionada establece lo relativo al agave, que establece: el agave que se utilice como materia prima para la elaboración de cualquier tipo de tequila, debe cumplir con lo requisitos mínimos mencionados a continuación:

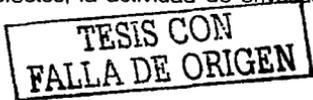
- ° Estar inscrito en el registro de plantación de predios instalado para tales efectos por el organismo de certificación del producto acreditado.
- ° Contar con la supervisión del organismo de certificación de producto acreditado.

En el punto 8.3.2 establece que el productor del tequila debe demostrar, en todo momento, que el producto no ha sido adulterado en las operaciones unitarias durante su elaboración, particularmente a partir de la elaboración de los mostos. La prueba admisible para tales efectos, consiste en un balance de materias primas y materiales que determine la participación mayoritaria o total de los azúcares procedentes del agave, así como en el cálculo de eficiencias de cada operación unitaria y del total de las etapas del proceso de elaboración. Por tal motivo, el productor del tequila debe llevar un registro actualizado de por lo menos, los documentos siguientes:

- ° Facturas de materia prima y de venta de producto terminado.
- ° Fichas de entrada y salida de materia prima y producto terminado; e
- ° Inventarios, fichas de entradas y salidas de producto sometido a un proceso de maduración.

En ningún momento el productor del tequila debe elaborar simultáneamente cualquier otro producto en las instalaciones del producto autorizado, a menos de que cuente con las líneas de producción claramente diferenciadas.

El punto 8.3.3 nos habla del envasado y establece que: el envasador del tequila debe demostrar, en todo momento, que el producto no ha sido adulterado desde su entrega a granel hasta el envasado final del mismo. Para tales efectos, la actividad de envasado se sujeta a los lineamientos siguientes:



- ° Los envasadores que no produzcan tequila y/o adquieran el producto a granel a fabricante, no pueden mezclar tequilas de diferentes tipos o procedencias.
- ° El envasador no puede utilizar más de un proveedor de tequila por marca o tipo de tequila de esa marca.
- ° El producto que ostente la leyenda "Tequila 100% de agave" o "Tequila 100% puro de agave" debe ser embotellado en la planta de envasado del propio fabricante dentro de la zona de denominación de origen.
- ° El envasador que no es productor del tequila no debe cambiar en forma alguna las características organolépticas del producto que recibe, salvo diluirlo con agua para obtener la graduación alcohólica comercial.
- ° El tequila se debe envasar en recipientes nuevos, aceptados por las autoridades sanitarias, que garanticen su conservación y no alteren su calidad. La capacidad de cada envase no debe ser mayor de 5 litros y en ningún caso, se deben usar con marcas que pertenezcan a otro fabricante.

"Licores el MORO, S.A. de C.V. " exportara Tequila reposado con 55° reuniendo los requisitos de producción y envasado de la NOM-006-SCFI—1994, siendo productor exclusivo de tequila, contando con líneas de producción específicas y es envasador original, lo cual garantiza a nuestro distribuidor la máxima calidad en nuestro producto.

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

Después de haber realizado satisfactoriamente el análisis estratégico de la empresa, el siguiente paso nos lleva a determinar la competitividad. En cualquier tipo de proyecto y sobre todo en donde esperamos obtener ganancias, es difícil saber los resultados exactos, solo nos queda predecir el futuro, que siempre será incierto, y estar preparado para circunstancias adversas.

Licores el MORO considera que su competitividad esta basada en la originalidad y calidad de su producto, ya que en el extranjero el Tequila es un producto realmente apreciado y

nosotros pretendemos competir sobre la base de nuestra calidad y gran experiencia en el mercado interno, llevando esta calidad al exterior. Por lo tanto el precio no será la variable fundamental para competir en este mercado. Hemos escogido la Ciudad de Cádiz en la primera etapa, considerando en una segunda etapa se podría lograr una expansión a toda España. Este país constituye un mercado de 40 millones de habitantes con un ingreso per cápita de 15500 Dlls. por año. Alrededor de 60 millones de turistas, que dejan una derrama de más de 20 mil millones de dólares al año.¹¹

Es una economía creciente con las más altas tasas de crecimiento del PIB en Europa: 2.6 % en 2001 contra 1.5% de promedio de la UE, con importaciones de más de 120,000 mdd, con un crecimiento amplio y sostenido, mercado al que tenemos acceso preferencial al contar con el Tratado de Libre Comercio Unión Europea-México (TLCUEM) en más del 80% de las fracciones arancelarias no pagamos arancel y además facilidad para negociar y promover, derivada del idioma común y de costumbres similares. Con excelentes relaciones entre los dos países en los ámbitos empresarial y oficial.

BALANZA COMERCIAL DE MEXICO CON LA UNIÓN EUROPEA								
(millones de dólares)								
	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001
UNIÓN EUROPEA CON MÉXICO	-6252.20	-3358.70	-4230.70	-5929.70	-7810.20	-7540.10	-9124.20	-10813.70
ALEMANIA	-2706.20	-2151.20	-2532.80	-3183.60	-3391.80	-2939.00	-4184.10	-4573.50
FRANCIA	-1009.10	-495.70	-593.10	-752.50	-1028.50	-1104.90	-1091.40	-1203.00
ESPAÑA (EXC. CANAR)	-480.40	-102.80	-277.50	-38.70	-543.50	-499.40	-98.50	-567.80
ITALIA	-935.30	-574.20	-859.20	-1052.60	-1399.70	-1479.10	-1627.20	-1859.50
REINO UNIDO	-439.00	-50.80	-47.50	-251.10	-417.20	-388.20	-221.10	-669.40

Fuente: Secretaría de Economía con datos de Banco de México.

¹¹ <http://www.hemerodigital.unam.mx>

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

Al entrar en vigor el TLCUEM en Julio de 2000 se eliminaron los aranceles al Tequila, en el mercado meta, por lo que esto mejora las condiciones de competitividad del producto.¹³



World Trade Atlas- Abril 2002.

Como podemos ver en la grafica anterior, España es el segundo país que más importa alimentos y bebidas entre los países europeos.

4.3 CANALES DE COMERCIALIZACION EN EL MERCADO META.

Nuestro canal de comercialización será un distribuidor en toda la ciudad de Cádiz, nuestro distribuidor es Unesdi distribuciones, S.A. de C.V.; y cuenta con más de 10 años de experiencia en el mercado local, son una cadena comercializadora de todo tipo de vinos, que distribuirá nuestro producto a nivel supermercados y tiendas especializadas en vinos así como bares y restaurantes, iniciando en la ciudad de Cádiz.

Hemos acordado con nuestro proveedor que los gastos de publicidad serán compartidos en un 50%, durante los primeros dos meses de introducción del producto, al termino de este periodo correrán por su cuenta.

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

¹³ BANCOMET. "Guía para exportar productos mexicanos a la Unión Europea". México. 2002. Pag. 73

4.4 EL PRECIO DE EXPORTACIÓN Y LOS INCOTERMS.

En nuestra primera experiencia exportadora, Licores el MORO, tiene como un primer pedido la cantidad de 150 cajas de Tequila de 750 ml, nuestra presentación es en cajas de 12 botellas.

Se analizaron diversas opciones para cotizar el precio de exportación. Al final quedaron tres alternativas:

- ° El cotizar FOB Veracruz significaba que "Licores el MORO" entregaría la mercancía a bordo del buque, por su cuenta solo correrían los gastos de embalaje, transporte terrestre de Jalisco a Veracruz y los gastos aduanales de exportación.
- ° La segunda opción sería cotizar CIF Cádiz-España. En este caso, además de asumir los gastos especificados en el punto anterior, la empresa tendría que cubrir el costo del transporte marítimo y el seguro hasta el puerto de Santa María en Cádiz y el resto de los gastos y trámites correrían por cuenta del importador, en este caso nuestro distribuidor Unesdi distribuciones, S.A. de C.V.
- ° La tercera opción, que fue la que finalmente se eligió fue considerado la conveniencia de dar el mejor servicio al cliente, contando con que la empresa puede asumir todos los gastos, riesgos y trámites hasta entregar la mercancía a la puerta de la bodega del cliente.

Entonces nuestro incoterm convenido con el comprador es DDU-Cádiz, nuestra responsabilidad abarca hasta el punto final de destino acordado en el país comprador en este caso hasta el puerto de Santa María en Cádiz y el comprador es responsable de despacho aduanal de importación y de todos los actos que este incluya. Nuestra responsabilidad inicia de nuestra bodega de Zapotlanejo, Jalisco, se va la mercancía en transporte terrestre hasta Veracruz y de allí en barco hasta el puerto de Santa María en la ciudad de Cádiz, siendo uno de los puertos comerciales más importantes de España.

El precio de exportación calculado es el siguiente:

Utilizaremos el método Costing, que consiste en incluir todas las erogaciones hasta el punto de entrega, más utilidad:

150 cajas de 12 botellas c/u con un contenido neto de 750 ml.

Costos fijos	\$31,500.00
Costos variables	\$13,500.00
Gastos de Admón.	\$10,500.00
Costo total	\$55,500.00
Utilidad 30%	\$16,650.00
Precio base	\$72,150.00
Embalaje	\$ 4,973.00
Trans. Jalisco-Veracruz	\$ 2,300.00
Transn. Veracruz-Santa Ma.	\$ 4,300.00
Gastos aduanales en México	\$ 1,800.00
Costo financiero	\$ 920.00
Seguro	\$ 2,200.00
Gastos aduanales en España	\$ 1,950.00
Total gts. de exportación	\$90,593.00
Cotización DDU- Cádiz	\$89,766.00

Este resultado \$89,766.00 entre 1800 botellas, nos daría un precio por unidad de \$49.87, que es igual a \$4.98 dlrs. por unidad.

Las condiciones de venta y precio de la botella al público en general, se determinara de acuerdo a las condiciones establecidas por nuestro distribuidor. Se ha acordado con el cliente que los descuentos y promociones repartiremos los gastos al cincuenta por ciento.

4.5 DOCUMENTOS Y TRÁMITES PARA LA EXPORTACION.

Debido al tratado comercial existente con la Unión Europea los documentos necesarios para realizar nuestra exportación son los mínimos tales como:

° Documento de embarque: este será para transporte marítimo, también conocido como Bill of lading, el cual contiene los datos del exportador, del importador, el punto de salida, el puerto de destino y la empresa naviera. Se presenta en original y seis copias.



° Pedimento: es un documento oficial expedido por nuestro agente aduanal autorizado bajo la SHCP, se expide en seis tantos, los cuales se distribuyen entre la naviera, el transportista, el personal que realiza el despacho aduanal, para el comprador, para el vendedor y una ultima que se queda en la aduana. Se presenta en original y firma autógrafa, un pedimento puede ser invalidado si no lleva firma autógrafa.

° Factura comercial: documento que ampara a la mercancía con carácter de compra-venta exclusivamente. Se expide en seis tantos con firma autógrafa.

° Lista de empaque: Es un documento que permite al exportador, al transportista, a la compañía de seguros, a la aduana y al comprador, identificar las mercancías y saber el contenido de cada bulto o caja. Debe ser elaborada por el exportador en original y seis copias, se utiliza como complemento de la factura comercial y se entrega al transportista.

° Certificado de origen: documento en donde se manifiesta que un producto es originario del país o de la región y que, por tanto, puede gozar del trato preferencial arancelario. Es un documento necesario para el desaduanamiento de las mercancías en cualquier parte del mundo. En la Unión Europea se utiliza el formato EUR-1

El despacho aduanero es el conjunto de actos y formalidades relativo a la entrada y salida de mercancías de un país, para lo cual se contrata a un agente aduanal.

Se anexan los documentos requeridos

FECHA DE PAGO <u>07/07/2002</u> No. PEDIMENTO <u>0247 3146 2001077</u> TIPO DE OPERACION EXP CLAVE PEDIMENTO <u>A1</u> T. C. <u>9.9568</u> ADUANA/SEC: <u>470</u> FACTOR MONEDA EXTRANJERA <u>1.000000000000</u> FECHA PRESENT. <u>07/07/2002</u> TRANSPORTE <u>04</u> PESO <u>1.920</u> KL R. F. C. <u>MOR111107MRH</u> PAIS COMPRADOR ESPAÑA PAIS DESTINO <u>ESPAÑA</u> EXPORTADOR <u>LICORES EL MORO S.A. de C. V.</u> DOMICILIO: <u>CALLE 7 NO. 1997, COL. NOVIEMBRE, DELEGACION</u> <u>AZCAPOTZALCO, CIUDAD/EDO. D. CODIGO 55150</u> TAX No. NUMERO, TOTAL DE BULTOS CONOCIMIENTOS/GUIA O VEHICULOS Nos. <u>8</u> V. AD _____ V. DLS <u>000000</u> VALOR COMERCIAL <u>0000000</u>							CERTIFICACIONES BANCO 5, BANAMEX ADUANA 47, SECC 0 CAJA 12 OPERACION 77781110 01/07/2002 14:34:10 ELECTRONICO 41289998 \$ 161 SELLOS DE CAJA	
INCOTERM <u>DDU</u>	DESCRIPCIÓN DE MERCANCIAS <u>TEQUILA</u>			PRECIO UNIT. <u>\$ 4.98</u>	COMERCIAL <u>\$8964</u>	TASA <u>0</u>	FP	IMPUESTO <u>0</u>
P 0/D <u>MEX</u>	FRACCI <u>22089003</u>	CANTIDAD <u>1.800</u>	UNIDAD <u>Lts.</u>	CANT.TFA/U.M.T. <u>01</u>	No. FACT. <u>1107</u>	MONEDA <u>DOLAR</u>		FECHA <u>01/07/2002</u>
	NOMBRE DENOMINACIÓN O RAZÓN SOCIAL COMPRADOR. UNESDI DISTRIBUCIONES, S.A. DE C. V. DOMICILIO: Calle Nomens No. 7 CADIZ, ESPAÑA				ID. FISCAL <u>18 2356888</u>			
ACUSE DE RECIBO <u>580AIF7U</u>		CÓDIGO DE BARRAS 			CONTRIBUCIONES			
					IVA PREV	161		
					TOTALES EFFECTIVO	161		
					OTROS	---		
					TOTAL	161		
OBSERVACIONES: <u>SE ANEXA FACTURA DE CONFORMIDAD CON EL</u> <u>ART.36 FRACC.1 DE LA L. A. Y REGLA FISCAL 2.6.1 DE CARÁCTER</u> <u>GENERAL.</u>								
PATENTE, NOMBRE, RFC Y FIRMA DEL AGENTE O APODERADO ADUANAL LIC. <u>IMANOL ESPINOZA BARCEÑAS</u> R.F.C. <u>ESBE690116MRH</u> CURP: <u>ESBE690116HDF05</u>								

TESIS CON
 FALLA DE ORIGEN

FACTURA COMERCIAL

MORO, S.A. de C.V.

Calle 7 No. 1997

Col. Noviembre

México D.F. CP: 55150

RFC: MORO111107MRH

Tel. 58-39-07-11

Fecha: 07 de julio del 2002

Pedido No.1

Moneda: Dólares Americanos

FACTURAR A:

Nombre de la empresa: Unesdí distribuciones, S.A. de C. V.

Dirección: Nomena. 7

País: Cádiz, España

Teléfono: Fax:332-63-51 y 335-41-97 Lada internacional (01-800)

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	TOTAL
1800	Tequila	4.98	8964.00
VALOR DDU- Aduana de salida puerto de Veracruz , entregar a aduana destino puerto de Santa María, España			8964.00

DATOS DEL TRANSPORTISTA:

Nombre de la empresa: Tuelegis, S.A. de C. V.

Dirección: La Paz No. 11 Col. Noche buena

País: México

Modalidad de transporte: Marítimo

Teléfono: 58-39-02-08

Tipo de transporte: Buque de 40 x 20 pies

Declaro bajo juramento que los datos contenidos en esta Factura Comercial son el reflejo Fiel de la verdad y los precios indicados son los auténticamente pagados o a pagarse. Así Mismo declaro que no existen convenios que permitan alteraciones en estos precios.

FIRMA

LISTA DE EMPAQUE



MORO, S.A. de C. V.
Calle 7 No. 1997
Col. Noviembre
México D. F. CP:55150

RFC: MORO111107MRH

Fecha: 07 de julio del 2002 Pedido No.1 Comprador: Unesdi Distribuciones, S.A. (Cádiz, España)

CANTIDAD	NUMERO	CONTENIDO	DESCRIPCIÓN
150	1800	750 ml.	378 MM LADO X 280MM DE ANCHO Y 205MM DE ALTO

Naturaleza del producto: Líquido
Fragil
Otro _____

Recomendaciones de manejo: Es de manejo frágil por contener liquido en el interior

Método de embalaje: Caja de cartón con cubierta de hule stretch

Número total cajas: 150

Número total de palets: 8 camas por tarima, 11 cajas por cama con un peso máximo de 1,429.3 kg.

Marcas y Números: Cajas color rojo con etiqueta al frente indicando numero de botellas por caja

Volumen total:

Peso Neto total: 1,920 KI

Peso Bruto total: 2,320 KI

FIRMA

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Tratado de Libre Comercio entre la Unión Europea y México

Certificado de Origen

(Instrucciones anexas)

Llenar a máquina o con letra de imprenta o molde.

1. Nombre y domicilio del exportador: **MORO, S.A.**
de C.V. Domicilio Calle 7 No. 1997, Col. Noviembre,
Delegación Azcapotzalco, México D.F. C.P: 55150
Teléfono: Fax:58-39-11-07
Número de Registro Fiscal: **MORO111107MRH**

2. Periodo que cubre: **JULIO 2002-JULIO 2003**

D M A / D M A

Desde: **01/07/2002** Hasta: **01/07/2003/**

3. Nombre y domicilio del productor:

Teléfono: Fax:

Número de Registro Fiscal:

4. Nombre y domicilio del importador: **Unesdi**
distribuciones, Dirección Calle Nomens No. 7 Cádiz,
España.

Teléfono: Fax:332-63-51

Lada internacional: (01-800)

Número de Registro Fiscal: **18 2356888**

5. Descripción del (los) bien(es)

6. Clasificación

7. Criterio
para trato
preferencial

8. Productor

9. País de
Origen

arancelaria

220890

D

SI

MEX

1800 litros de Tequila

Referencia factura comercial No. **1104**

10. Observaciones

11. Declaro bajo protesta de decir verdad o fe de juramento que:

- Los bienes son originarios del territorio de una o más de las Partes, salvo lo establecido en los párrafos 10(a), 11(a) o 12(a) del Anexo 3-04(5) del Tratado, cumplen con los requisitos de origen que les son aplicables conforme al Tratado y no han sido objeto de procesamiento ulterior o de cualquier otra operación fuera de los territorios de las Partes, salvo en los casos permitidos en el artículo 6-17 del Tratado.

- La información contenida en este documento es verdadera y exacta y me hago responsable de comprobar lo aquí declarado. Estoy consciente que será responsable por cualquier declaración falsa u omisión hecha en o relacionada con el presente documento.

- Me comprometo a conservar y presentar, en caso de ser requerido, los documentos necesarios que respalden el contenido del presente certificado, así como a notificar por escrito a todas las personas a quienes entregue el presente certificado, de cualquier cambio que pudiera afectar la exactitud o validez del mismo.

Este certificado consta de 1 de 1 hojas, incluyendo todos sus anexos.

Firma del exportador:

Empresa: **MORO, S.A. DE C.V.**

Director General

**EMERY
WORLDWIDE**

COMBINED TRANSPORT OCEAN BILL OF LADING

Shipper / Exported

Licores El Moro, S. A. de C. V.
Calle 7. No. 1997
Col. Noviembre
México. D. F. C. P. 55150

To the Order To.

Unesdi: Distribuciones, S. A.
Nomes No. 7. Cádiz España.

Notify Party

Unesdi Distribuciones, S. A.
Nomes No. 7. Cádiz España.
Pier

Vessel Voyage No.

Jalisco
Port of Discharge

Cádiz. España

Mark and Numbers

CONTAINER
NBR:
APLU 901436-0
SEAL NBR:
A0948569

No. Of Pkgs

1

Port of Landing

For Transhipment To

Description Of Packages and Goods

1 (ONE) 40' HC CONTAINER ONLY
"SHIPPER'S LOAD AND COUNT"
SAID TO CONTAIN:

830 PCS. CLAY HANDICRAFTS
AS PROFORMA INVOICE/ORDER
HAC01-0200
DATED

Bill of Lading No.

705 0095602

Container No.

APLU-9014360

Export Reference

Factura 1107

Forwarding Agent - Reference

Point and Country of Origin

Zapotlanejo

Domestic Routing/Export Instructions

For delivery Apply To:

Receive by the carrier in apparent good order and condition unless otherwise indicated hereon, the container (s) and/or goods hereinafter mentioned to be transported and/or otherwise forwarded from the place of Receipt to the intended Place of Delivery upon and subject to all terms and conditions appearing on the face and back of this Bill of Lading if required by the carrier, this Bill of Lading duly endorsed must be surrendered in exchange for the goods or delivery order.

LIABILITY OF CARRIER IS LIMITED BY THE CARRIAGE OF GOODS BY SEA ACT IN WITNESS WHEREOF THE CARRIER BY ITS AGENT HAS SIGNED 3 BILLS OF LANDING, ALL THE SAME TENOR AND DATE, ONE OF WHICH BEING ACCOMPLISHED THE OTHERS TO STAND VOID.

**FREIGHT CHANGES PAYABLE BY
DESTINATION / CONSIGNEE
FREIGHT COLLECT**

	PREPAID	COLLECT
OCEAN FREIGHT	USD	2100.00
INLAND CARTAGE	USD	550.00
THC	USD	50.00
SERVICE FEE	USD	250.00
EXPORT CUSTOM CLEARANCE		
	USD	3000.00

**EMERY
WORLDWIDE**

4.6 LOGISTICA DE EXPORTACION.

La logística es la empresa es considerada como una técnica de control y la gestión de los flujos de materia prima y de productos, desde el área de producto terminado hasta el punto de venta.

El envase en el material que protege directamente el producto y resguarda sus características físicas y químicas, en nuestro caso el Tequila va en presentación de botellas de vidrio 100% reciclable ya que este es un norma técnica requerida en el mercado meta.

El empaque es el material que protege al envase, en este caso nuestro empaque son cajas de cartón cuyas medidas son las siguientes en mm.: de largo 378, ancho 280, alto 205 con peso máximo de 16.242 Kg. por caja

El embalaje es el modo en que el envase y el empaque va protegido hasta el punto de venta final, nuestro embalaje es de un máximo de 88 cajas por tarima, 8 camas por tarima, 11 cajas por cama, con una dimensión de la estiba en metros de 1.13 de largo, 1.04 de ancho y 1.79 de alto con un peso máximo de 1,429.3 Kg. Cada tarima va envuelta en hule plástico stretch, lo cual garantiza la integridad e impermeabilidad del producto

En lo que se refiere al transporte terrestre y marítimo hemos decidido contratar a una empresa de transporte multimodal denominada "Transportes inter modales mexicanos, S.A. de C.V." que llevará nuestra mercancía en transporte terrestre de la planta de Jalisco hasta el puerto de Veracruz, con una logística de exportación de 16 horas en promedio en condiciones óptimas. TIM también se encarga de nuestro transporte marítimo del puerto de Veracruz al puerto de Santa María, Cádiz, con un promedio de 15 a 18 días en óptimas condiciones.

4.7 FORMAS DE PAGO.

Una de las partes más importantes de un intercambio comercial internacional, es la forma de liquidación de la transacción. El exportador o vendedor debe asegurarse que su pago se realice efectivamente, de igual manera el comprador o importador desea asegurarse de que las mercancías lleguen en el momento y las condiciones acordadas.

Se acordó con nuestro distribuidor Unesdi distribuciones S.A. que la forma de pago será a través de una transferencia electrónica, por este medio el importador le da orden a su banco para que este, mediante una comunicación interbancaria abone a nuestra cuenta el 50% del importe total del día de llegada de mercancías a Cádiz, el 50% restante será a solo 15 días de crédito. La unidad monetaria acordada es el dólar y se considera un tipo de cambio de 1 dólar = \$10,30

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

CONCLUSIONES

Después del análisis estratégico de la empresa "Licores el MORO, S.A. de C.V." sabemos que tiene la capacidad para ofrecer un producto de calidad al mercado externo, no solo por contar con la experiencia que nos avala dentro del mercado interno sino por la tecnología implementada dentro de nuestros procesos productivos, se ha demostrado ser una empresa sana que puede competir en el mercado externo, comenzando en una primera etapa en la ciudad de Cádiz con miras de expansión a toda España.

La elección de este nicho de mercado fue acertada, después conocer las características socioeconómicas y culturales de dicho país, sabemos que nuestro producto tiene gran demanda y aceptación en el mercado seleccionado, por ser una de las pocas bebidas mexicanas que cuenta con denominación de origen, lo cual a nuestros consumidores le da seguridad para su consumo.

"Licores el Moro" no solo ofrece una bebida con gran demanda, no solo en México sino en el resto del mundo, demostramos en el desarrollo del caso práctico que el precio de exportación calculado hace más atractivo a nuestro producto ya que este no solo nos deja un buen margen de utilidad, sino también a nuestro distribuidor. Lo que nos permite ser competitivos ante el mercado externo, la calidad y el buen precio avalan a nuestro producto, lo que es mejor somos un producto accesible al público que deseamos llegar.

Por otra parte México es un país con un déficit comercial reflejado en la Balanza de pagos, el cual a través del incremento en el renglón de exportaciones se podría disminuir y contribuir a alcanzar la estabilidad económica de nuestro país.

Durante el desarrollo de este trabajo conocí que el comercio exterior es una perspectiva vanguardista en el desarrollo profesional del Licenciado en Contaduría, abre posibilidades de desarrollo, en vista de que las empresas tienen cada vez más interés como plan de progreso las infinitas oportunidades que ofrece el comercio exterior y cada vez son más las interesadas en incursionar en este mundo globalizado.

BIBLIOGRAFIA

1. **BANCOMEXT.** Guía para exportar productos mexicanos a la Unión Europea. México. 2002
2. **BOREILO Antonio.** El Plan de Negocios. MC Graw Hill. 2000
3. **CAMBIASCO, Jorge.** México la apuesta por el cambio. Plaza y Valdés Editores. México. 1999
4. **FEA, Ugo.** Competitividad es calidad total. Alfa omega. México. 1999
5. **HAIME, Levi Luis.** Planeación financiera en la empresa moderna. Edic. Fiscales ISCF. México. 1998.
6. **KOONTZ, Harold.** Elementos de administración. Mc Graw Hill. México. 1999
7. **LERMA Kircher Alejandro.** Comercio Internacional. ECAFSA: México. 2001
8. **MARTINEZ, Villegas Fabián.** Planeación estratégica creativa. Editorial PAC. México. 1999
9. **MENDEZ, Morales Silvestre.** Problemas Económicos de México. Editorial Mc Graw Hill. México. 1999.
10. **MINERVI, Nicola.** Manual del exportador. Mc Graw Hill. México. 1999
11. **MORENO Fernández Joaquín.** La administración financiera del plan de trabajo. IMCP. México. 1999
12. **MORENO, José María.** Manual del exportador. Mc Graw Hill. México. 1999.
13. **MÜCH, Galindo, Lourdes.** Fundamentos de administración. Trillas. México. 1995
14. **PEREZNIETO; Jorge.** Aspectos jurídicos del comercio exterior de México. BANCOMEXT. México. 1999
15. **SEXTON, William.** Teorías de la organización. TRILLAS. México. 1999
16. **WESTON, Fred.** Fundamentos de administración financiera. Mc Graw Hill. México. 1995
17. **WITKER, Jorge.** Comercio exterior de México, marco jurídico y operativo. Mc Graw Hill. México. 2002
18. **ZAMORANO, García Enrique.** Equilibrio financiero en las empresas. IMCP. México. 1995

PAGINAS DE INTERNET

<http://encarta.msn.es>

<http://www.conquistando.com>

<http://www.hemerodigital.unam.mx>

<http://www.ine.es/escif/especif/pobl.01.pdf>

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN