



10621  
127

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA  
DE MEXICO

---

FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES  
CUAUTITLAN

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPORTACION  
"PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPORTACION DE TEQUILA  
A LOS ANGELES, CALIFORNIA

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

TRABAJO DE SEMINARIO  
QUE PARA OBTENER EL TITULO DE:  
LICENCIADA EN CONTADURIA  
P R E S E N T A ,  
ROSALIA LILIA ( RIVERA CERVANTES

ASESOR: L.E. FRANCISCO ARTURO HERRERA BARROSO

CUAUTITLAN IZCALLI, EDO. DE MEXICO

2003

1



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.



UNIVERSIDAD NACIONAL  
AUTÓNOMA DE  
MÉXICO

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

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

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



DEPARTAMENTO DE  
EXAMENES

ATN. Q. M. ~~del~~ Carmen García Mijares  
Jefe del Departamento de Exámenes  
Profesionales de la FES Cuautitlán

DR. JUAN ANTONIO MONTARAZ CRESPO  
DIRECTOR DE LA FES CUAUTITLAN  
P R E S E N T E

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

Plan de Negocios para la Exportación.

"Plan de Negocios para la Exportación de Tequila a Los Angeles, California".

que presenta la pasante: Rosalía Lilia Rivera Cervantes

con número de cuenta: 09752131-8 para obtener el título de

Licenciada en Contaduría

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

ATENTAMENTE

"POR MI RAZA HABLARA EL ESPIRITU"

Cuautitlán Izcalli, Méx. a 13 de Marzo de 2003

MODULO

PROFESOR

FIRMA

II	L.E. Raúl González Espinoza
III	L.E. Francisco Arturo Herrera Barroso
IV	M.E. Joaquín Flores Paredes

*[Handwritten signature]*  
*[Handwritten initials]*

2

## **AGRADECIMIENTOS**

### **A LA UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO:**

Por ser la máxima casa de estudios con la cual podemos contar y llegar a ser personas alto nivel profesional, y que gracias a la oportunidad que tenemos de pertenecer a ella, nos permite demostrar que la UNAM cuenta con alumnos capaces transmitir los conocimientos generación tras generación. Y que para mi fue un gran honor haber formado parte de ella y poder realizar una de mis mayores metas.

### **A LA FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES CUAUTITLÁN:**

Agradezco la oportunidad que me brindo desde el inicio de mi carrera, para ser una integrante más de ella, por ser una institución que me transmitió muchos conocimientos, los cuales me han ayudado a seguir adelante, ya que gracias a ésta facultad he logrado una de mis metas más anheladas de mi vida.

### **A MI ASESOR L.E. FRANCISCO ARTURO HERRERA BARROSO:**

Por todo el apoyo incondicional y tiempo que le brindo a la realización de mi trabajo, así como a los consejos prácticos para mejorar mi tesis y los conocimientos necesarios para complementarla. Agradezco todo el esfuerzo y confianza que me dio para poder llegar a esta meta.

### **A MIS PROFESORES DEL SEMINARIO Y DE TODA MI CARRERA:**

Por los conocimientos que me transmitieron para el desarrollo de mi carrera y por todo el tiempo y esfuerzo que siempre demostraron, así como el apoyo que me dieron para seguir siempre adelante. Y por los consejos que me brindaron cuando los necesite, para la formación de mi carrera.

### **A DIOS:**

Por la oportunidad que me dio de existir y asimismo poder terminar mi carrera en la cual estuvo conmigo en todo momento y que ahora me ayuda a seguir con esta nueva etapa de mi vida, pero más que nada por permitirme ser lo que soy. Y por haberme dado el privilegio de vivir para ver realizado mi sueño y compartirlo con todos mis seres queridos.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

**A MIS PADRES:**

Por todo el apoyo que me brindaron para poder llegar al término de mi profesión y que no sólo me dieron su amor, dedicación, tiempo y comprensión, sino que siempre estuvieron conmigo en los momentos más difíciles de mi vida. Gracias por estar siempre a mi lado y por la confianza que depositaron en mí.

**A MI ABUELITA LEONILA GALINDO:**

Le doy las gracias por haber compartido tantos momentos de mi vida, brindándome su cariño, ternura, amor y apoyo incondicional. Y que me enorgullece decir que fue una gran mujer que dejó una huella muy grande en mi corazón y que siempre la voy a recordar y que lamentablemente ya no pudo compartir éste momento tan importante para mí, pero siempre la llevaré conmigo.

**A MIS HERMANOS:**

Por haber estado conmigo, en tantos momentos buenos y malos a lo largo de toda mi vida, en los cuales compartimos tantas experiencias juntos, de las cuáles yo he aprendido a valorar muchas cosas y agradecerles su tiempo, paciencia y apoyo que me brindaron siempre.

**A WENDY:**

Por formar una parte importante en mi vida, ya que la considero mi mejor amiga, por haber compartido mis alegrías, mis tristezas y más que nada por todo el apoyo incondicional que siempre me brindó en el momento que más lo necesite, y sus consejos que ayudaron de mucho.

**A ALEJANDRO:**

Por ser una persona que siempre estuvo conmigo compartiendo momentos de tristeza y de alegría, y porque siempre me brindó todo su apoyo en el momento preciso, también le agradezco la confianza que ha puesto en mí para darle consejos, pero más que nada por ser mi mejor amigo.

**AL C. P. DANIEL DÍAZ:**

Por el apoyo que me brindó para la realización de mi trabajo, así como el tiempo y los consejos que me dio, también los conocimientos que me infundó para la formación de mi profesión, pero más que nada la confianza que depositó en mí a pesar del poco tiempo que convivimos.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

# ÍNDICE

	PÁG.
<b>INTRODUCCIÓN</b>	1
<b>OBJETIVO GENERAL</b>	2
<b>OBJETIVOS PARTICULARES</b>	2
<b>CAPÍTULO 1. EL CONTEXTO DEL COMERCIO EXTERIOR DE MÉXICO</b>	3
1.1 POSICIÓN DE MÉXICO EN EL CONTEXTO DE LA GLOBALIZACIÓN	3
1.2 DE LA POLÍTICA PROTECCIONISTA A LA APERTURA COMERCIAL	6
1.3 ANÁLISIS DE LA BALANZA COMERCIAL DE MÉXICO: 1920-2001	9
1.4 PRODUCTOS MEXICANOS COMPETITIVOS EN EL MERCADO INTERNACIONAL	13
<b>CAPÍTULO 2. PROCEDIMIENTOS ADMINISTRATIVOS Y MARCO JURÍDICO</b>	15
2.1 RÉGIMEN FISCAL DEL COMERCIO EXTERIOR DE MÉXICO	15
2.2 EL SISTEMA ARMONIZADO DE DESIGNACIÓN Y CODIFICACIÓN DE MERCANCIAS Y LOS INCOTERMS	18
2.2.1. SISTEMA ARMONIZADO	18
2.2.2. LOS INCOTERMS	19
2.3 REGULACIONES ARANCELARIAS Y NO ARANCELARIAS EN EL COMERCIO MUNDIAL	23
2.4. LOS TRATADOS COMERCIALES Y LAS REGLAS DE ORIGEN	25
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	32
<b>CAPÍTULO 3. ANÁLISIS ESTRATÉGICO DE LA EMPRESA CON PERFIL EXPORTADOR</b>	37
3.1 EL PLAN DE NEGOCIOS DE EXPORTACIÓN	38
3.2 ASPECTOS DEL PROCESO PRODUCTIVO	41
3.3 ANÁLISIS CONTABLE Y FINANCIERO DE LA EMPRESA	43
3.4 ANÁLISIS DE FODAS	49
3.5 DIMENSIÓN DEL POTENCIAL EXPORTADOR DE LA EMPRESA	51
3.6 LA OFERTA EXPORTABLE	54
<b>CAPÍTULO 4. ELABORACIÓN DEL PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPORTACIÓN DE TEQUILA A LOS ANGELES, CALIFORNIA</b>	58
4.1 ANÁLISIS ESTRATÉGICO DE LA EMPRESA Y DETERMINACIÓN DEL PRODUCTO A EXPORTAR	59
4.1.1. ORIGEN	59
4.1.2 MISIÓN	59
4.1.3 VISIÓN	59
4.1.4 FINANZAS	60

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

4.1.5. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	61
4.1.6. PROCESO PRODUCTIVO	62
4.1.7. ANÁLISIS DE FODAS	63
4.1.8. OFERTA EXPORTABLE	63
4.2. COMPETITIVIDAD DE LA EMPRESA Y SU PRODUCTO EN EL MERCADO META	64
4.2.1. PREFERENCIA ARANCELARIA	68
4.2.2. FRACCIÓN ARANCELARIA	68
4.2.3. REGULACIONES NO ARANCELARIAS	68
4.3. CANALES DE COMERCIALIZACIÓN EN EL MERCADO META	69
4.4. LOS INCOTERMS Y EL PRECIO DE EXPORTACIÓN	70
4.5. LOS DOCUMENTOS Y TRÁMITES PARA LA EXPORTACIÓN DE TEQUILA A LOS ANGELES, CALIFORNIA	74
4.6. LOGÍSTICA EN LA EXPORTACIÓN DE TEQUILA A LOS ANGELES, CALIFORNIA	74
4.7. FORMAS DE PAGO	76
<b>CONCLUSIONES</b>	<b>78</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA</b>	<b>80</b>
<b>ANEXOS</b>	<b>80</b>

TESIS CON  
 FALLA DE ORIGEN

## ABREVIATURAS

- ALADI** Asociación Latinoamericana de Integración
- ALTEX** Empresas Altamente Exportadoras
- BAFT** Buró de Tabaco, Alcohol y Armas de Fuego
- BANCOMEXT** Banco Nacional de Comercio Exterior
- CARICUM** Comunidad y Mercado Común del Caribe
- CIC** Cámara Internacional de Comercio
- COMPEX** Comisión Mixta para la Promoción de las Exportaciones
- CUCI** Clasificación Uniforme para el Comercio Internacional
- DTA** Derecho de Trámite Aduanero
- ECEX** Empresas de Comercio Exterior
- EFTA** Asociación Europea de Libre Comercio
- FEMEX** Ferias Mexicanas de Exportación
- FODA** Fortaleza, Oportunidades, Debilidades y Amenazas (SWOT, DOFA)
- GATT** Acuerdo General sobre Aranceles y Comercio
- INCOTERMS** Internacional Commercial Terms
- MCCA** Mercado Común del Centro Americano
- MERCOSUR** Mercado Común del Cono Sur
- NCCA** Nomenclatura de Cooperación Aduanera
- NIC'S** Trigres de Oriente
- OCDE** Organización de Cooperación para el Desarrollo Económico
- OMC** Organización Mundial de Comercio
- PACTO ANDINO** Acuerdo de Cartagena
- PIB** Producto Interno Bruto
- PITEX** Programas de Importación Temporal para Producir Artículos de Exportación
- PORFIES** Programa de Fomento Integral de las Exportaciones Mexicanas
- PRONAFICE** Programas Nacionales de Fomento Industrial y Comercio Exterior
- RETD** Definiciones Revisadas del Comercio Norteamericano
- SA** Sistema Armonizado
- SADCM** Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías
- SAGAR** Secretaría de Agricultura y Desarrollo Rural
- SECON** Secretaría de Economía
- SEMARNAP** Secretaría de Medio Ambiente, Recursos Naturales y Pesca
- SGP** Sistema Generalizado de Preferencias
- SHCP** Secretaría de Hacienda y Crédito Público
- SIMPEX** Sistema Mexicano de Promoción Externa
- SS** Secretaría de Salud
- TIGE** Ley del Impuesto General de Exportación
- TLC** Tratado de Libre Comercio
- TLCAN** Tratado de Libre Comercio de América del Norte
- TLCUE** Tratado de Libre Comercio México-Unión Europea

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN



## INTRODUCCIÓN

El siguiente trabajo es el resultado de una serie de investigaciones documentales donde la información presentada es veraz y confiable, en donde se establece un plan para la exportación de tequila a la ciudad de Los Angeles, California; teniendo en cuenta que se maneja el Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN), el cual debe cumplir con los requisitos que sean necesarios para que se exporte el producto a su lugar de destino.

En el primer capítulo se menciona la historia de la Globalización en México, desde sus comienzos hasta lo que actualmente estamos viviendo, también se habla de la Balanza de Pagos, la Política Comercial de México, así como los productos competitivos con los que cuenta México para exportar a todo el mundo.

En el segundo capítulo se presentan las situaciones en las que el exportador, como persona física o moral, tiene ciertas obligaciones fiscales que cumplir ante las aduanas, ya que en este caso, se va a exportar como producto el tequila, también se menciona la nomenclatura necesaria utilizada por el arancel de aduanas donde se armoniza un código y se clasifican las mercancías, aquí es necesario mencionar los incoterms, porque va a ser la forma en que se llevará a cabo la exportación. Otro punto importante es el funcionamiento de las reglas de origen, las regulaciones arancelarias y no arancelarias que presentan los países, la documentación necesaria para poder exportar su producto. Pero no se puede dejar de mencionar los programas e instituciones gubernamentales, que ayudan y promueven las exportaciones mexicanas.

En el tercer capítulo se realiza un análisis estratégico de los puntos más importantes de la empresa que va a exportar, el producto, así como la organización, los aspectos financieros, contables, técnicos de la empresa, con el fin de poder identificar y conocer el gran potencial productivo para exportarlo a su mercado de destino.

En el capítulo cuatro se mencionan las partes y los seguimientos para elaborar un plan de negocios para obtener éxito al exportar tequila a la ciudad de Los Angeles, California. También se describe lo importante que es identificar el producto y el mercado meta, los canales de comercialización y transporte, las ventajas competitivas que va tener el producto, los precios de exportación, el envase que se utilizará, el empaque necesario, así como los documentos y el incoterm que se necesita para exportar el producto a Los Angeles, pero finalmente se llevará a cabo un acuerdo en la forma o el medio de pago que se ha convenido con nuestro cliente.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

### **OBJETIVO GENERAL:**

Elaborar un plan de exportación de tequila a la ciudad de Los Angeles, California; tomando en cuenta la existencia del Tratado de Libre Comercio de América del Norte, con objeto de saber cuales son sus elementos esenciales para poder realizar esta promoción comercial, así como también obtener una mayor venta y aceptación en ese país.

### **OBJETIVOS PARTICULARES:**

- 1.-Analizar condiciones optimas en las que el tequila mexicano se exporta con los requisitos necesarios para su venta, obteniendo precios accesibles en el mercado para ser competitivo en su medio.
- 2.-Demostrar que el tequila tiene gran demanda en Los Angeles, California; y es un producto, el cual México produce con gran calidad en todo el mundo.
- 3.-Comprobar la importancia que tiene la empresa "Industrializadora de Agave Jalisco Real, S.A. de C. V.", para vender su producto a Los Angeles, California; ya que cuenta con los medios necesarios para producirlo con calidad a nivel internacional.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

## **CAPÍTULO 1. EL CONTEXTO DEL COMERCIO EXTERIOR DE MÉXICO**

El comercio exterior se da por el avance rápido que hay entre diferentes países en desarrollo y gran solvencia, ya que son negociaciones comerciales, que realizan los países entre ellos; éste está considerado como el conjunto de transacciones entre los países. Y éstos mismos lo realizan por dos razones básicas:

a) En primer lugar, los países comercian porque son diferentes. Las naciones, como los individuos, pueden beneficiarse de sus diferencias mediante una relación en la que cada uno hace aquello que sabe hacer relativamente bien.

b) En segundo lugar, los países comercian para conseguir economías de escala en la producción, es decir, si cada país produce sólo un limitado número de bienes, puede producir cada uno de esos bienes a una escala mayor y por tanto, de manera más eficiente que si intentara producir de todo.

El comercio exterior es muy importante aquí en nuestro país, ya que cuenta con gran demanda de productos y eso se debe a que contamos con mucha materia prima, la cual es de muy buena calidad a nivel internacional y se puede exportar a un precio adecuado en el mercado. Y también ha beneficiado mucho a nuestro país porque cada vez se da a conocer más internacionalmente, por lo tanto es un país subdesarrollado, que avanza a paso rápido en las exportaciones y va teniendo más intercambios, y esto favorece a la gran demanda de productos con los que cuenta, ya que tiene muchos medios de los cuales dispone y que son de buena calidad competitiva en el mercado.

### **1.1 POSICIÓN DE MÉXICO EN EL CONTEXTO DE LA GLOBALIZACIÓN**

"Podemos entender por GLOBALIZACIÓN, a la posibilidad real de producir, vender, comprar e invertir en aquel o aquellos lugares del mundo, donde resulte más conveniente hacerlo, independientemente de la región o país donde se localicen."<sup>1</sup>

La globalización en tiempos anteriores no tuvo éxito porque no contaba con la tecnología de punta con la que en ésta época cuenta y esto le hacía tener menos avances en el mercado y provocaba llevar un ritmo muy lento en los negocios.

La globalización de la economía no solo debe significar la explotación global de los mercados sino que debe proteger el aspecto humano de los países, ya que hoy en día todavía la gente sigue

<sup>1</sup> LERMA Kirchner, Alejandro, Comercio Internacional, Editorial ECAFSA, 3ª. Ed., México, 2000, p. 26.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

padeciendo de hambre siendo que cuenta con medios de producción que se podrían aprovechar muy bien.

En términos sencillos, la globalización crea un mercado global más abierto y unificado para muchos bienes y servicios. Como resultado, cuando un país se conecta al sistema de la globalización, aquellos que poseen el talento y la habilidad necesarias para vender sus productos y servicios en este mercado global pueden beneficiarse ampliamente, ya que pueden venderlo literalmente a un mercado del tamaño del mundo.

“Allan Bloom, director del Centro Olin, en 1988, invito a un desconocido funcionario del Departamento del Estado a pronunciar una conferencia. Este acepto y proclamo la victoria total de Occidente y de sus valores neoliberales en la guerra fría”<sup>2</sup>

En épocas anteriores se empezaban a dar una serie de cambios en la transición hacia la economía de mercado. También estaba afectando lo que son las estructuras sociológicas y económicas de muchas sociedades nacionales, porque los bloques sociales que se confrontaron a lo largo de las últimas décadas se diluyen, entonces se dan intereses fundamentales que afectan, por el avance tecnológico que se da y en consecuencia da la movilidad laboral, poca estabilidad en los puestos de trabajo, el paro masivo y las inseguridades que todo ello ocasiona.

Sólo la mitad de la población mundial en los 80's, participaba en el comercio internacional; pero en el siglo XXI, un 90% de la población se encontraba relacionada con lo que es el comercio internacional. Con la caída del muro de Berlín, la economía, la cultura y la política se hicieron más fuertes.

Hay una internacionalización de los intercambios organizada en el seno de la Organización de Cooperación para el Desarrollo Económico (OCDE), en los años 60's, se da entre los países más ricos, aunque no sólo en ese año sino que también en sus inicios de los 80's, se inicia un nuevo impulso de desaparición de las fronteras económicas, apoyado por las empresas multinacionales. Unos 10 años después se da una revolución en el marco económico internacional, formándose un rápido movimiento en los capitales y un gran cambio en la innovación de la informática, que hace tener un gran avance en la economía y hace fluir grandes cantidades de dinero en poco tiempo. Todo ello gracias a la gran tecnología.

La globalización trata de aprovechar los sectores de los mercados financieros y los de los medios de comunicación. Las tres causas importantes de la globalización son:

<sup>2</sup> ESTEFANÍA Joaquín, La Nueva Economía, La Globalización, Editorial Limusa, México, 1998, p. 1

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

- a) La aceleración de los ritmos de apertura económica y los intercambios de mercancía y servicios.
- b) La liberación de los mercados exportadores que han integrado las plazas financieras y las bolsas de valores de todo el mundo.
- c) La revolución de las comunicaciones y de la informática que ha conectado el tiempo real con el espacio.

En el ámbito de las finanzas mundiales, podemos mencionar cuatro cualidades que hacen de él un modelo adaptado para tener beneficios en cuanto al factor tecnológico: es inmaterial, inmediato, permanente y planetario.

El mercado financiero muestra que los países desarrollados y de los más importantes son los que forman parte de la OCDE. En primer término uno de los países más poderosos podemos mencionar a Estados Unidos, con cerca de 300,000 millones de dólares en 1995, lo que equivale al 30 por 100 del total mundial, seguido por Alemania y Japón con más de 100,000 millones de dólares, y por el Reino Unido, Francia, Italia, Canadá y Australia.

El segundo gran grupo lo componen los países en vías de desarrollo, con la Europa del Este como unos de los bloques todavía emergentes, pero ya dentro del sistema. Un gran cambio que se está dando a finales del siglo en la tecnología, junto con la información y las comunicaciones que van dando un paso al planeta para salir adelante.

Se empiezan a dar enormes intercambios entre los diferentes medios de comunicación, como el cine, el satélite, la informática y el video. Con la globalización de los mercados se agiliza la riqueza de cada país y se facilita el mercado sin fronteras, es decir, se internacionaliza y da la alternativa a la economía de los capitales de fluir a países emergentes, lo que les permite financiar su deuda y facilitar el crecimiento de sus economías.

Algunas ventajas que se dan como resultado de la globalización, se encuentran la obtención de economías en cuanto a la producción y distribución que resulta del aumento de los mercados meta, como consecuencia del potencial productivo generado por el desarrollo tecnológico. Otra ventaja podría ser para mejorar el nivel económico de vida basado en los precios que da el consumidor, dando así una gama de variados satisfactores.

Un riesgo que presenta la globalización es la competencia de mayor y mejor capacitación para mejorar el producto en el mercado internacional.

El modelo de la globalización ha tenido un gran cambio considerable que hace que entre los países haya un libre intercambio de mercados competitivos donde se necesita proteger la

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

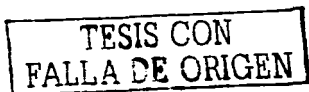
estructura económica del país para mantenerlo estable y renovado así como mantener el bienestar social del mismo, pudiendo tener en un punto esencial la globalización. "Existen algunos hechos que impactan el cambio global."<sup>3</sup>:

1. La desaparición de la Unión Soviética, y con ello, el bipolarismo militar y político.
2. Las transformaciones en los países de Europa del Este hacia la economía de mercado. Con procesos de desintegración con respecto a las antiguas estructuras nacionales (CIE, Yugoslavia, Checoslovaquia) y las tendencias de unificación con la comunidad europea occidental.
3. El resurgimiento económico de Japón y Alemania, como potencias económicas con sus diferentes áreas de influencia.
4. El impresionante desarrollo de países del sudeste asiático: Corea del Sur, Taiwán, Hong Kong y Singapur.
5. La reintegración de la colonia de Hong Kong a China Popular y el establecimiento de "un país dos sistemas".
6. Las impresionantes tasas de crecimiento, la economía de China Continental y sus progresivos cambios estructurales hacia la economía de mercado.
7. El surgimiento de "importantes" mercados en el tercer mundo: Brasil, México, India, Sudáfrica.
8. La conformación de tres grandes bloques comerciales: Norteamérica, Europa y los países asiáticos de la Cuenca del Pacífico.
9. El enorme desarrollo tecnológico en los medios de producción, comunicación y transporte.

## 1.2 DE LA POLÍTICA PROTECCIONISTA A LA APERTURA COMERCIAL

El Estado Mexicano decidió iniciar una rápida apertura al exterior, eliminando los sistemas de permisos previos y sustituyéndolos por aranceles, los que resultan ser de carácter "librecambista", debido a lo bajo de éstos -del 10 al 20% ad-valorem-, lo que es muestra inequívoca de la tendencia a abrir las fronteras de nuestro país a las mercancías del exterior para supuestamente obligar a la industria local que compita con ellas.

<sup>3</sup> LERMA Kirchner, Alejandro, op. cit. p. 291.



Por otra parte, México se abrió al exterior con una política comercial que no se ha instrumentado en razón de sus propios intereses, ni en función de apoyarse en ella para combatir la crisis económica, sino esencialmente obedeciendo a presiones externas que estaban implícitas desde 1979.

Tales presiones externas parten de la Ley de Acuerdos Comerciales de 1979 de los EUA, al obligar a los países socios de los EUA a eliminar subsidios a sus exportaciones; a ser más liberales en materia de acceso a las exportaciones norteamericanas y sobre todo por el hecho de que sólo se resolverían controversias comerciales en el seno del Acuerdo General sobre Aranceles y Comercio (GATT), de tal suerte de que quienes se rehúsan ingresar a ese organismo, se harían automáticamente merecedores de la aplicación de impuestos compensatorios.

Por apertura al exterior de la economía mexicana, debemos entender la modificación estructural de la política comercial de México, que tiene como propósito eliminar la protección que se aplicó desde 1940 a la industria establecida en territorio nacional.

Tal cosa con el objeto de facilitar mediante la aplicación de aranceles bajos la entrada de mercancías del exterior que anteriormente estaban limitadas por los llamados Sistemas de Permisos Previos. En síntesis desde el punto de vista teórico, la apertura al exterior de México significa abandonar de manera muy acelerada, las tesis proteccionistas que sustentaron la política comercial y de industrialización en más de cuatro décadas y sustituirlas por una doctrina libremercantista, adaptadas a las condiciones actuales del comercio internacional.

Uno de los orígenes centrales de la apertura al exterior, consiste en el creciente déficit comercial de los EUA ya que ascendió en 1990 a 110 mil millones de dólares, cuestión que les ha preocupado sensiblemente. Desde el ángulo de las importaciones, "La Ley de Comercio y Aranceles de 1984, especifica claramente la obligación por parte de los que comercian con los EUA de abrir en mayor grado su frontera a las mercancías provenientes de los EUA, so pena de no hacerlo, quedan automáticamente fuera del Sistema Generalizado de Preferencias Arancelarias de los EUA (SGP), que es la única manera de participar en dicho mercado"<sup>4</sup>.

La Carta de Intención firmada en noviembre de 1982 dice que en las distintas fases del programa, se harán las revisiones al sistema de protección, incluyendo la estructura arancelaria, los incentivos a las exportaciones y el requisito de permiso previo para importar. La revisión cuyos resultados serán objeto de consulta, tendrán como propósito reducir el grado de protección para

<sup>4</sup> ORTIZ Wadgymar, Arturo, Introducción al Comercio y Finanzas Internacionales de México, Editorial Nuestro Tiempo, S.A. 7ª Ed. México, 1999, p. 164.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

lograr una mayor eficiencia en el proceso productivo a efecto de proteger el interés de los consumidores, de mantener el empleo y fomentar activamente las exportaciones de bienes y servicios y evitar utilidades excesivas por las ventajas oligopólicas que se deriven del sistema de protección.

Pero el sistema como se instrumentó la referida apertura al exterior fue con los Programas Nacionales de Fomento Industrial y Comercio Exterior (PRONAFICE). Por otra parte en abril de 1985 se dio a la publicidad el (PORFIES), Programa de Fomento Integral de las Exportaciones Mexicanas.

El memorando de entendimiento comercial México-EUA en 1985 fue el antecedente más cercano del Tratado de Libre Comercio (TLC) y otro elemento básico con base en el cual se instrumentó e institucionalizó la apertura de México al exterior. En este entendimiento, el gobierno mexicano acuerda la eliminación de subsidios a las exportaciones, al igual que limitar el otorgamiento de financiamientos preferenciales a las exportaciones o bien limitar los acuerdos internacionales que fijan topes a la tasa de interés.

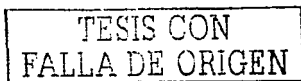
Uno de los asuntos que más acaparan la atención en la década de los ochentas, fue sin lugar a duda el proceso de adhesión de México al (GATT), que desde su fundación en 1947 ha intentado coordinar el comercio mundial teniendo como objetivo central el abolir gradualmente las barreras arancelarias y no arancelarias, al igual que eliminar las prácticas desleales en el comercio mundial.

El GATT "es un organismo mundial creado en 1947 por medio de la Carta de La Habana, teniendo como objetivo central la expansión de comercio, la igualdad en los tratos referidos al intercambio comercial, liberalización del comercio mundial mediante la eliminación de barreras cuantitativas y cualitativas al comercio"<sup>5</sup>

Podemos afirmar que la política comercial de México con el periodo 1988-1993, estuvo enfocada principalmente a ratificar la implementación de la apertura comercial, anteriormente descrita pero ahora bajo las bases de un proceso de integración no sólo comercial, sino financiera de México con Estados Unidos y Canadá, a lo que se llamó (TLC), que constituyo el proyecto principal de la administración del presidente Salinas de Gortari.

La política comercial y en general toda la política económica, estuvo enfocada a adaptarse a las condiciones para asegurar la firma del TLC, para lo cual se llevaron a cabo una serie de reformas que van desde diversas leyes y reglamentos hasta la Constitución misma.

<sup>5</sup> ORTÍZ Wadgyamar, Arturo, op. cit., p. 175.





Surgió el nuevo decreto en 1989 sobre la Ley de Inversiones Extranjeras que sustituía al de 1974, en donde se quitaban todas las ataduras a la inversión extranjera, la que puede ya ser 100% extranjera y penetrar en áreas como petroquímica, hierro, acero, minería, incluso en educación y servicios diversos.

### 1.3 ANÁLISIS DE LA BALANZA COMERCIAL DE MÉXICO: 1990-2001

En la actualidad ningún país está aislado pues sostiene relaciones comerciales y financieras con su medio mundial. La balanza de pagos de cualquier país puede definirse como "el registro sistemático de las transacciones comerciales realizadas, entre los residentes de un país frente al resto del mundo, en un periodo determinado normalmente de un año"<sup>6</sup>.

Es decir, se trata de un documento que dentro de la contabilidad nacional, registra las entradas y salidas de divisas no sólo por concepto de transacciones de carácter comercial y de servicios prestados, sino también lo referente a movimientos de capital tanto a corto como a largo plazo. Por ello será el documento financiero que nos muestre los resultados favorables o desfavorables, positivos o negativos de nuestras transacciones con el exterior, así como del resultado de nuestros negocios y actividades foráneas.

El sector externo viene a ser dentro de los distintos sectores que integran la economía, aquel donde se reflejan las relaciones económicas entre los nacionales y el exterior, en lo que se refiere a negocios de compraventa de mercancías, servicios, o bien, préstamos e inversiones, conocidas estas últimas como "movimientos de capital".

Dentro de las formas tradicionales de medir el Producto Interno Bruto (PIB) de un país, se define como "la suma total o valor monetario de bienes y servicios producidos por una sociedad en un lapso determinado normalmente de un año"

La balanza podrá presentar 3 estados diferentes:

Superávit	Ingresos	>	Egresos
Déficit	Ingresos	<	Egresos
Equilibrio	Ingresos	=	Egresos

Los grandes rubros de la balanza de pagos son:

- A) Saldo en cuenta corriente.
- B) Ingresos. (Exportación de Mercancías y Servicios).

<sup>6</sup> ORTIZ Wadgymar, Arturo, ibid p. 48

C) Egresos. (Importación de Mercancías y Servicios).

D) Cuenta de Capital.

E) Errores y Omisiones.

F) Variación de la Reserva Monetaria del Banco de México.

Si a la cuenta de exportación de mercancías le sumamos los ingresos por servicios y a su vez le restamos, el importe de las importaciones de mercancías y servicios, obtendremos un saldo o resultado que se denomina **cuenta corriente**.

**Los ingresos:** serán siempre de signo positivo, puesto que implica las ventas de productos mexicanos realizados en el exterior, o en algún servicio de turismo, braceros, maquilas o, por venta de productos realizados en la frontera.

**Los egresos:** se lleva el valor de las compras de mercancías realizadas por nacionales en el exterior, que pueden ser tanto materias primas como productos intermedios, de consumo manufacturados, etc.

**La Cuenta de Capital a largo plazo:** se incluyen los movimientos de capital cuyo plazo de amortización es superior a un año y que pueden fluctuar por regla general entre los 5 y 15 años. Este se divide a su vez en: sector público, disposiciones, amortizaciones, sector privado, inversiones extranjera directas, operaciones con valores(activos en el exterior).

**La Cuenta de Capital a corto plazo:** incluye los movimientos de capital ocurridos en un periodo muy corto, generalmente de un año.

**Los errores y omisiones:** en la balanza de pagos siempre debe de estar saldada por lo que existe una partida de ajuste en la que se incluyen una serie de renglones invisibles que es muy difícil captar por vías normales y que pueden consistir por una parte en errores numéricos muy normales cuando se trabaja con grandes cantidades. Allí mismo se registran salidas de capitales no registradas o mejor conocidos como fugas de capital.

**Las variaciones de la reserva del Banco de México:** son el resultado de los primeros cuatro puntos antes descritos y significarán en qué medida se acrecentaron o se redujeron los niveles de nuestras reservas, lo cual el es un barómetro esencial para determinar la manera en que el país hizo frente a sus compromisos con el exterior durante el ejercicio anual.

El equilibrio de la balanza de pagos de un país se logra cuando la totalidad de sus ingresos provenientes del exterior es suficiente para hacer frente a todos sus pagos al exterior, sin alterar en forma importante sus reservas, ni sus deudas, ni las inversiones internacionales. Históricamente nuestro país, como el resto de los países de los subdesarrollados, se caracteriza

por mantener un déficit persistentemente en su cuenta corriente, lo que refleja su escasa competitividad internacional así como la asimetría en las relaciones comerciales y financieras con los países desarrollados.

Nuestro país, como en general el grupo de los subdesarrollados, padece problemas estructurales que repercuten en su balanza de pagos: Inflación (crecimiento sistemático y generalizado de los precios) elevada y dependencia tecnológica.

Como un antecedente histórico y que se dio a conocer por primera vez, respecto a la balanza: "En el caso de México, se empezaron a hacer estimaciones sobre la balanza comercial para el año de 1796, a través del Consulado de Veracruz, en cumplimiento de la real orden del 11 de mayo de 1795 despachada por la Secretaría de la Balanza de Comercio de Madrid"<sup>7</sup>

En el cuadro siguiente se puede mencionar que el saldo negativo de la cuenta corriente se compensa con el saldo positivo de la cuenta de capital y la diferencia entre ambos debiera reflejarse directamente en un incremento en la Reserva Internacional Neta.

La inflación en México es mayor que de nuestros principales socios comerciales y ello nos conduce a la tendencia de que las exportaciones crezcan a un ritmo menos que las importaciones.

---

<sup>7</sup> Host, Madse. La Balanza de Pagos y su Integración en las Cuentas Internacionales, CEMLA, Méx

**MALANZA DE PAGOS**  
**MILLONES DE DOLARES**

CONCEPTO	ANUALES		ANUALES		ANUALES	
	2000	2001	2000	2001	2000	2001
	Egresos		Egresos		Saldo	
Cuenta Corriente	158,919.90	191,280.90	172,913.00	211,109.30	-13,995.20	-17,828.30
Impugnación de Mercancías 1/	136,391.10	166,454.80	141,974.80	174,457.80	-5,583.70	-8,003.00
Servicios no Facturados	11,692.00	13,712.30	13,490.30	16,933.70	-1,798.60	-2,323.40
Fletes y seguros			4,109.30	3,086.40	-4,109.30	-3,006.40
Viajeros	7,322.90	8,294.30	4,541.30	5,699.10	2,681.60	2,795.10
Otros	4,469.10	5,418.10	4,840.30	5,530.30	-371.10	-112.10
Servicios Facturados	4,516.80	6,040.70	17,442.70	20,586.30	-12,925.90	-14,495.60
Intereses	3,735.70	5,024.30	12,943.90	11,802.10	-9,210.30	-8,777.60
En Moneda Nacional			367.4		-367.40	-140.20
Otros Intereses			12,576.50	13,661.90	-12,576.50	-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	39.4	6,313.10	6,993.70
Cuenta de Capital			Activas			
	17,342.10	11,089.30	-4,004.70	7,117.90	13,337.40	18,307.20
Por Prestaciones y Depósitos	-4,339.30	-560.5				
Banco De Comercio	-763.4	919.9				
Banco Comercial	-1,546.20	-2,087.00				
Banco De México	-3,884.70	-4,283.60				
Sector Público	-4,027.40	-3,527.90				
Sector Privado	3,484.40	8,420.10				
Inversión Extranjera	22,081.40	11,649.80				
Divisa 2/	12,164.80	13,950.90				
De Cartera	9,916.60	-2,301.10				
Mercado Acomodado	3,769.20	646.8				
Mercado De Dinero	-917	-45.7				
Sector Público	-942	-25.1				
Sector Privado	35	-20.6				
Valores Emitidos En El Excl.	7,064.40	-2,702.30				
Sector Público	4,725.40	-3,022.30				
Banco Comercial	-177	-643				
Sect. Privado No Banc.	2,516.60	963				
En Bancos del Exterior			-3,037.00	3,564.90		
Créditos al Exterior			425	412.5		
Inversión Directa de Mecanismo			0	0		
Cuentas de Débito Externas			-833.8	1,289.80		
Otros			-356.9	1,830.70		
Erros y Omisiones					1,049.90	2,445.30
Variación Reserva Neta					593.6	2,821.30
Agustes Oro - Plus y Valuación					-1.4	2.7
(NS) No significativo						
1/ Incluye manipuladora						
2/ El monto de la inversión extranjera directa no susceptible de empréstitos modificaciones al alza, ello debido al tiempo con que las empresas de inversión extranjera informan a la SECOFI sobre las inversiones efectuadas. <sup>4</sup>						

<sup>4</sup> Fuente: Banco de México, <http://www.banxico.org.mx/cdn/financiera/repores/cuadernos/est/dic/Est11.xls>

#### **1.4 PRODUCTOS MEXICANOS COMPETITIVOS EN EL MERCADO INTERNACIONAL**

También son importantes algunas empresas monopólicas de capital privado nacional como Teléfonos de México; el grupo Vitro y Alfa, algunas empresas mineras, cementeras, como CEMEX, Cervecería Modelo, Dina, hoy grupo MASA, de autobuses y carrocías; Altos Hornos de México y otras firmas que en conjunto, simplemente, complementan el renglón de exportaciones manufactureras.

Estas empresas ya tienen parte de su capital en manos de inversionistas foráneos y algunos son recientemente privatizadas, por lo que se trata de consorcios fuertes capaces de exportar y competir internacionalmente, aun cuando son minoría dentro de la industria nacional total.

A principios del siglo XIX, México fue un tradicional abastecedor de petróleo crudo a las potencias occidentales principalmente a Inglaterra y Holanda, las que se apoderaron de nuestra riqueza durante muchos años y explotaron la mano de obra nativa hasta 1938, año que se da uno de los pasos más trascendentales en materia de la consolidación de nuestra riqueza de subsuelo.

En México algunos productos pesqueros como es el camarón, cuya producción nacional casi íntegramente se exporta a los Estados Unidos, para su posterior comercialización e industrialización realizada en el extranjero a través de cadenas de "brookers" o "dealers" que son intermediarios monopolistas encargados de la compra de nuestros productos en calidad de materia prima, empacada y congelada para su distribución en el resto de su país o al del mundo a través de un comercio triangular.

Las exportaciones de ganado en piel y algunas carnes rojas en canal, constituyen una forma de especialización de la actividad ganadera bovina que prospera principalmente en los estados del norte, en particular en Chihuahua, en donde existen multitud de ranchos especializados en la cría y en la engorda estrictamente de exportación, desarrollando razas finas entre las que las Herford, Charolais, Holstein y otras ocupan un papel preponderante.

-Los bloques comerciales del continente americano son: NAFTA (TLC), Mercado Común del Cono Sur (MERCOSUR), Mercado Común Centro Americano (MCCA), Comunidad y Mercado Común del Caribe (CARICOM), Acuerdo de Cartagena (PACTO ANDINO) y Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI).

-Los bloques comerciales del continente europeo son: Unión Europea (UE), Asociación Europea de Libre Comercio (EFTA), Asociación de Libre Comercio de Europa Central (ALCEC), Comunidad de Estados Independientes (CEI).

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

-Los bloques comerciales del continente asiático son: Consejo de Cooperación para los Países Árabes del Golfo (CCG), Tratado de Asociación de Naciones del Sudeste Asiático (ASEAN), Consejo de Cooperación Árabe (CCA), Foro de Cooperación Económica Asia-Pacífico (APEC), y en proceso de formación un nuevo bloque comercial que desea integrar a los "Tigres del Oriente" (NIC'S), ya que está la negociación entre Japón y Corea del Sur.

-Los bloques comerciales del continente africano son: Comunidad Económica de los Países de África Central (CEEAC), Comunidad Económica de los Países del Oeste Africano (ECOWAS), Unión de Maghreb Árabe (UMA). Hasta 1998, México tenía firmados Tratados de Libre Comercio con 8 países del Continente, en el año 2000 firma un TLC, con Guatemala, Honduras y el Salvador, conocido como el "triángulo del norte centroamericano", así como con la Asociación Europea de Libre Comercio (EFTA), que agrupa a cuatro países europeos.

Mencionaremos las fechas en que entran en vigor los Tratados que tiene México firmados.

- 1) TLC de América del Norte. Entra en vigor en 1994.
- 2) TLC México-Bolivia. Entra en vigor en 1995.
- 3) TLC México-Costa Rica. Entra en vigor en 1995.
- 4) TLC México-Gpo. De los Tres/México, Colombia y Venezuela. Entra en vigor en 1995.
- 5) TLC México-Nicaragua. Entra en vigor en 1998.
- 6) TLC México-Chile. Entra en vigor en 1991 como Acuerdo de Complementación Económica y en 1998 se convierte en TLC.
- 7) TLC México-Israel. Entra en vigor en el 2000.
- 8) TLC México-Unión Europea. Entra en vigor en el 2000.
- 9) TLC México-Guatemala, Honduras y el Salvador. Entra vigor en 2001.
- 10) TLC México-EFTA con Noruega, Suiza, Islandia y Liechtnstein. Entra en vigor en 2001.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

## **CAPÍTULO 2. PROCEDIMIENTOS ADMINISTRATIVOS Y MARCO JURÍDICO**

En este capítulo se menciona como se llevan a cabo las relaciones de intercambio comercial con el exterior, ya que es importante saber aplicar los procedimientos administrativos y el marco jurídico para que el exportador no tenga ningún problema al momento de hacer sus trámites. Esto ayuda a exportar un producto a cualquier país, pero siempre y cuando se tengan los documentos necesarios que permitan que el despacho aduanal actúe libremente en cuanto a las leyes del país de origen y destino.

Por otra parte, el SADC es muy importante, porque esto le va a facilitar tanto al exportador como al importador reconocer el producto, ya que la misma clave se ocupa en todo el mundo y hace más rápida su localización.

Las regulaciones arancelarias y las no arancelarias son indispensables, ya que regulan la entrada y salida de mercancías, dependiendo de los trámites aduaneros que deben realizarse para poder exportar su producto, así como los Tratados que se tengan con el país de destino, van a hacer más ágil la exportación ya que se le va a dar un trato preferencial. También se deben tener en cuenta los programas e instituciones gubernamentales que apoyan a los exportadores y hablar de los términos en los que van a quedar asentadas sus negociaciones, como también el incoterm que hayan fijado, exportadores e importadores, para que no vaya a haber algún problema al momento de la entrega de la mercancía y así se transfieran las obligaciones para que el producto llegue a su destino.

### **2.1 RÉGIMEN FISCAL DEL COMERCIO EXTERIOR DE MÉXICO**

El gobierno es el encargado de establecer las políticas fiscales, ya que cuenta con los medios necesarios para determinar, lo que le conviene económicamente al país, además se encarga de administrar y vigilar que se cumplan las obligaciones adquiridas ante la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP).

La Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos en su artículo 131 “nos dice que es una facultad privativa de la Federación gravar las mercancías que se importen o se exporten, o que pasen de tránsito por el territorio nacional, así como reglamentar en todo tiempo, y aun prohibir, por motivos de seguridad o de policía, la circulación en el interior de la República de toda clase de efectos cualesquiera que sea su procedencia.”<sup>9</sup>

<sup>9</sup> Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, Editorial Porrúa, 138 ed., México, D.F., 2002, p. 151.

El Comercio Exterior está regulado por leyes que incrementan la competitividad de la economía internacional, haciendo que los recursos con los que cuenta se integren adecuadamente al mercado potencial, contribuyendo al bienestar de la población.

La Ley del Comercio Exterior y su reglamento se publicaron en 1993 y tienen como principal objetivo, regular y promover el comercio exterior, aumentar la competitividad de la economía nacional, propiciar el uso eficiente de los recursos productivos del país para integrarlo adecuadamente en el contexto internacional. Sin embargo, uno de los puntos que le interesan a ésta ley es el adecuado manejo para hacer frente a las prácticas desleales en el comercio exterior, así como también los casos de "dumping" como "importaciones en condiciones de discriminación de precios".

"La Ley Aduanera entró en vigor el 1 de julio de 1982 y fue reformada para mejorarla con respecto a los cambios que se estaban dando en el país, ya que le ha sido muy difícil desde que ingresó al GATT en 1986, hasta la firma del TLCAN que entró en vigor en 1994."<sup>10</sup>

En abril de 1996 entró en vigor la Nueva Ley Aduanera y su Reglamento y en combinación con la Ley General del Impuesto General de Importación y Exportación determinan que toda persona que importe o exporte mercancías está obligada a presentar ante la aduana por conducto de un agente apoderado, un pedimento en la forma oficial aprobada por la SHCP. Ésta última Ley es más conocida como Tarifas, su objetivo es clasificar las mercancías y determinar el impuesto al comercio exterior correspondiente. En éstas tarifas se ven dos partes importantes que son: la nomenclatura y la especificación del impuesto que corresponda. La primera es una manera muy práctica de clasificar las mercancías según su origen, composición física y función que desempeñen. A cada una de ellas se le asigna un código numérico de seis dígitos, todo ello basado SADC, que es la forma en que actualmente se utiliza de manera eficiente en el comercio mundial y que México ha adoptado desde 1988.

Además de las mercancías y los medios en que se transportan, el despacho aduanero se encarga de ver que las actividades que se derivan de ello sean las correctas. Por lo tanto, el agente aduanal es la persona que actúa como consignatario de un exportador o importador para llevar a cabo todos los trámites relacionados con el despacho de las mercancías.

---

<sup>10</sup> FLORES Paredes, Joaquín, El Contexto del Comercio Exterior de México: retos y oportunidades en el mercado global, Editorial UNAM-FESC, México, 2001, p. 109.



Los agentes y apoderados aduanales mencionan en el pedimento, el régimen aduanero que aplicarán a las mercancías y manifestarán bajo protesta de decir verdad, en cumplimiento de las obligaciones y formalidades inherentes al mismo, incluyendo el pago de las cuotas compensatorias.

Las personas deben hacerse responsables ante el Fisco Federal y deben estar informadas en cuanto al pago de las contribuciones y cuotas compensatorias omitidas, de sus accesorios y de las infracciones que se cometan durante el traslado de las mercancías, éstas se pueden dar cuando el agente aduanal o apoderado aduanal designe a un transportista, o cuando la empresa transportista inscrita en el registro establezca el reglamento, pero también cuando se realice el traslado de las mercancías y haya comprobando que eluden las obligaciones fiscales.(art. 129.)

La SHCP podrá dar la información necesaria para facilitar la localización de las aduanas, asimismo dará toda la información de donde se encuentran la oficinas administrativas de la aduana, los organismos que lleven a cabo sus funciones en los aeropuertos, puertos marítimos y cruces fronterizos autorizados para el tráfico internacional.

El personal autorizado de esta misma dependencia, verifica que los datos aparezcan correctamente en los pedimentos de importación y exportación, que sea el pago correcto y que se cumplan las regulaciones y restricciones no arancelarias correspondientes a lo establecido en ésta Ley. Deben de cerciorarse que los despachos de los agentes cumplan con los requisitos establecidos por la Ley. No sólo fijan los lineamientos para las operaciones de carga, descarga, manejo de mercancías de comercio exterior y para la circulación de vehículos.

Por otra parte la Ley del IVA se refiere a que todas las personas físicas y morales que realicen actividades empresariales están obligadas al pago de éste impuesto por el activo que tengan.

Las empresas residentes en el país aplicarán la tasa 0% al valor de la enajenación de bienes o prestación de servicios, cuando se exporten entre ellos y esto se menciona en el (art. 29).

Los importadores pueden optar por pagar el impuesto general de importación, el IVA en su caso, cuotas compensatorias, haciéndolo mediante un depósito correspondiente en las cuentas aduaneras de las instituciones de crédito o casas de bolsa autorizadas por la Secretaría, siempre que se den productos exportados en el mismo estado en un plano no mayor de un año (art. 86).

Es importante subrayar que existen otros ordenamientos que contribuyen a regular la práctica del comercio exterior en México, como son:

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

## **2.2 EL SISTEMA ARMONIZADO DE DESIGNACIÓN Y CODIFICACIÓN DE MERCANCÍAS Y LOS INCOTERMS**

### **2.2.1. SISTEMA ARMONIZADO**

En los años 60's, se constituye la Nomenclatura de Cooperación Aduanera (NCCA), que muchos países la utilizan para definir y aplicar los aranceles en sus aduanas. Se armonizan los códigos y se clasifican las mercancías, lo que permite designaciones y códigos para una misma mercancía.

Se forma un Comité Especial de 8 países que elaboran un instrumento único de identificación de mercancías que se conoce como, Clasificación Uniforme para el Comercio Internacional (CUCI).

"Los países acuerdan construir el Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías (SADCM) que se define en una nomenclatura de seis dígitos, para bienes transportables que satisfacen necesidades de autoridades aduaneras, además de requerimientos de estadísticas de exportación e importación y de sectores de transporte y producción."<sup>11</sup>

Los países que deciden integrar el SADCM son: Australia, Canadá, EUA, Francia, Inglaterra, India, Japón y Checoslovaquia, todos con voz y voto, además de 12 organizaciones internacionales (CCA, GATT, Oficina Estadística de Naciones Unidas, CEE, OTAN, IATA, Cámara Internacional de Marina Mercadante, ISO, Unión Internacional de Ferrocarriles).

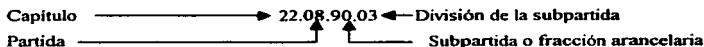
Al SADCM también se le conoce como Sistema Armonizado (SA), que constituye una estructura legal y lógica con un total de más de 1,300 partidas agrupadas en 97 Capítulos, a su vez articulados en 21 Secciones.

Las reglas derivadas del SADCM establecen un procedimiento de clasificación por grado de elaboración de las mercancías a fin de que una mercancía siempre se clasifique por 6 dígitos, primero por capítulos de 2 dígitos, luego por partidas de otros 2 dígitos y al final la subpartida correspondiente de 2 dígitos, con ello se forma la fracción arancelaria, aunque en algunos países agregan los últimos dos dígitos, a fin de diferenciar la nomenclatura de mercancías similares.

Las mercancías se ordenan en forma progresiva y con arreglo a su grado de elaboración: materias primas, productos brutos, productos semiterminados y productos terminados. La misma progresión existe dentro de los capítulos y de las partidas.

El producto que se pretende exportar es el tequila y se encuentra en la sección IV que lleva como nombre "Productos de las industrias alimentarias; bebidas, líquidos alcohólicos y vinagre; tabaco y sucedáneos del tabaco elaborados". Por lo tanto su fracción arancelaria es:

<sup>11</sup> Apuntes del Seminario de Titulación de "Plan de negocios para la exportación" del Profr. Raúl González Espinoza.



- 22 Bebidas, líquidos alcohólicos y vinagre.
- 22.08 Alcohol etílico sin desnaturalizar con grado alcohólico volumétrico inferior a 80% vol; aguardientes, licores y demás bebidas espirituosas; preparaciones alcohólicas compuestas del tipo de las utilizadas para la elaboración de bebidas.
- 22.08.90 Los demás.
- 22.08.90.03 Bebidas alcohólicas de más de 14 grados sin exceder de 23 grados centesimales Gay-Lussac a la temperatura de 15 grados centígrados, en vasijeria de barro, loza o vidrio.

### 2.2.2. LOS INCOTERMS

Tienen como meta crear un conjunto de términos y reglas de carácter facultativo que admitan para poder acordar los derechos y obligaciones tanto del vendedor como del comprador en los negocios internacionales, por lo que se pueden manejar mediante contratos de compraventa internacional.

El objeto de los **INCOTERMS** "es el de establecer un conjunto de reglas internacionales para la interpretación de los términos más utilizados en el comercio internacional. Así podrán evitarse las incertidumbres derivadas de las distintas interpretaciones de tales términos en diferentes países, o por lo menos, podrán reducirse en gran medida."<sup>12</sup>

Otra finalidad de los **INCOTERMS** es que a menudo las partes de un contrato tienen un conocimiento impreciso de las distintas prácticas comerciales utilizadas en sus respectivos países. Esto puede dar pie a malentendidos, litigios y procesos, con todo cuanto esto implica de pérdidas de tiempo y dinero.

Los **INCOTERMS** en la actualidad como operaciones de importación y exportación, se realizan en base a reglas establecidas en el marco internacional, que describen las obligaciones y derechos del comprador y vendedor. Existen dos grupos de términos de comercio mundial que realizan esta tarea:

<sup>12</sup> LEDESMA, Carlos Alberto, Principios de Comercio Internacional, Editorial Ediciones Macchi, 4ª ed., Buenos Aires 1993, p. 350.

1.- Los **INCOTERMS**; abreviación de **Internacional Comercial Terms** de la Cámara Internacional de Comercio (CIC),y

2.- Las **Definiciones Revisadas del Comercio Exterior Norteamericano (RETD)** por siglas en inglés y que se aplican a la Cámara de Comercio de los Estados Unidos a los socios comerciales de este país. Estos se recopilaron por vez primera en 1936, adquiriendo enmiendas y adiciones en 1953, 1967, 1976, 1980, 1990 y la última versión en 2000. Se regulan en tres aspectos indispensables relacionados con el lugar de entrega.

\*Transferencia de riesgos entre comprador y vendedor.

\*Costos a cuenta del comprador y vendedor.

\*Documentación.

Estos términos están ordenados y se presentan en dos formas: por grupos y por tipo de transporte a utilizar.

Por grupos esta clasificación se conoce por la primera letra de las siglas del **INCOTEMS** que pueden ser:

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

Los términos que inician con la letra E y F indican que la mercancía se entrega en el país de origen y los que inician con la letra C y D indican que el bien se entrega en el país de destino. Los términos quedaron definidos en 13 códigos, catalogados en cuatro grandes grupos, que a continuación describimos:

#### **GRUPO "E"**

**EXW. Ex Words: En fábrica (Lugar convenido)**

El vendedor pone la mercancía a disposición del comprador en el mismo domicilio del vendedor, quedando las demás obligaciones de costos y movimientos para el comprador. Este acepta todos los riesgos y costos, incluyendo la contratación previa del medio de transporte, además de realizar el despacho aduanero de la exportación.

#### **GRUPO "F"**

**FCA. Free Carrier: Libre transportista (Lugar convenido)**

La obligación del vendedor termina cuando entrega la mercancía tramitada para su exportación al transportista que designe el comprador en el lugar convenido. Cuando el comprador no indica un

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

punto preciso, el vendedor tiene la opción de escogerlo, de manera que la responsabilidad recae en el transportista. En estos casos el medio de transporte es terrestre o aéreo. El vendedor se encarga del despacho aduanal de exportación.

**FAS. Free Alongside Ship: Libre al costado del barco (Puerto de carga convenido)**

La responsabilidad del vendedor termina cuando la mercancía es entregada a un costado del barco, sobre el muelle o en las lanchas de alojamiento en el puerto de embarque. El comprador se hace cargo desde ese momento de todos los costos y riesgos por pérdida o daño de la mercancía, así como los movimientos de carga y trámites para su exportación.

**FOB. Free on Board: Libre a bordo (Puerto de carga convenido)**

El vendedor asume la responsabilidad de entregar la mercancía, al transporte que ha designado el comprador. En el momento que la mercancía pasa la barandilla del barco en el puerto de embarque asignado, termina la obligación de entrega del exportador. Y desde ese instante el importador asume todos los costos y riesgos por pérdida o daño de la mercancía.

-El exportador entrega la mercancía a bordo del buque.

-El término requiere que el vendedor realice el despacho aduanal y los trámites de exportación, y

-El medio de transporte que se emplea es el marítimo o fluvial.

**GRUPO "C"**

**CFR. Cost and Freight: Costo y flete (Puerto de destino convenido)**

En este caso el vendedor se encarga de pagar los costos y el flete necesario para entregar las mercancías al puerto de destino convenido. Los riesgos de pérdida, daño y cualquier costo adicional después de que se entrega la mercancía a bordo del barco, las adquiere el importador.

**CIF. Cost, Insurance and Freight: Costo, seguro y flete (Puerto de destino convenido)**

El exportador tiene las mismas obligaciones que el CFR, pero además está obligado a proporcionar el seguro marítimo a cargo y riesgo del comprador en caso de pérdida o daño de la mercancía durante el traslado.

-El exportador envía la mercancía hasta el puerto de destino, y

-El exportador contrata, paga el flete y el seguro que está a nombre del comprador.

**CPT. Carriage Paid to: Transporte pagado hasta (Lugar de destino convenido)**

El flete de transporte de la mercancía al lugar indicado queda a cargo del exportador. El riesgo de pérdida o daño, así como cualquier costo adicional por contingencia posterior a la entrega al transportista, la asume el importador.

-El exportador entrega la mercancía en el mercado de destino,

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

- Este término requiere que el vendedor efectúe el despacho aduanal de exportación, y
- Puede emplearse cualquier medio de transporte.

**CIP. Carriage and Insurance Paid to: Costo y seguro pagado hasta (Lugar convenido de destino)**

El vendedor contrata el transporte sin asumir el riesgo de la pérdida o daño de la mercancía o costos adicionales ocasionados después de la carga y despacho de la mercancía.

- El exportador contrata el seguro y paga la prima que corresponda,
- El vendedor realiza los trámites de exportación, y se aplica cualquier medio de transporte.

**GRUPO "D"**

**DAF. Delivered at Frontier: Entrega en frontera (Puente convenido de destino)**

El vendedor cumple sus obligaciones cuando la mercancía es entregada y queda a disposición de la contraparte y se trasladan la obligaciones de la exportación.

- Este término se aplica cuando la mercancía se transporta por ferrocarril o carretera,
- El vendedor entrega la mercancía en la frontera y realiza el despacho aduanal de exportación, pero no el de importación, y
- Los costos de maniobra se cargan a las partes, según corresponda.

**DES. Delivered Ex – Ship: Entrega en barco (Lugar convenido de destino)**

- El vendedor cumple su compromiso cuando la mercancía está a disposición del comprador a bordo del barco, sin que haya efectuado trámite de importación en el puerto designado,
- El vendedor asume el costo y riesgo por llevar la mercancía al mercado de destino, y
- El término se usa principalmente para transporte marítimo o fluvial.

**DEQ. Delivered Ex – Quay duty paid: Entrega en muelle (Lugar convenido de destino)**

El exportador cumple con su responsabilidad, cuando pone a disposición del importador la mercancía en el muelle del puerto convenido y efectúa los trámites de importación requeridos. Por tanto debe adquirir todos los costos, que incluye aranceles, impuestos y otros cargos de entrega.

**DDU. Delivered Duty Unpaid: Entrega sin pago de derechos (Lugar de destino convenido)**

Su deber del vendedor termina cuando la mercancía está a disposición del comprador en el lugar convenido del país importador. El vendedor asume todos los costos y riesgos que se originen por el traslado del bien hasta ese lugar. El importador se encarga de cualquier gasto adicional y asume el riesgo si no retira a tiempo la mercancía de la aduana.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

**DDP. Delivered Duty paid: Entrega con pago de derechos (Lugar de destino convenido)**

El término significa que el vendedor deja a disposición la mercancía en el lugar asignado del país importador. El vendedor cubre todos los gastos y riesgos hasta el país de destino, en ese momento el vendedor ha cumplido y termina su obligación.

**2.3 REGULACIONES ARANCELARIAS Y NO ARANCELARIAS EN EL COMERCIO MUNDIAL**

En el mercado mundial existen distintos instrumentos que permiten controlar el intercambio comercial, sin embargo, el más común es el arancel.

El arancel se define como "un gravamen que se impone sobre un bien cuando éste cruza las fronteras nacionales y es utilizado como uno de los principales instrumentos de política comercial en el mundo."<sup>13</sup>

Las regulaciones arancelarias son medidas que se aplican a las mercancías cuando estas ingresan a un mercado, es decir, depende del país al que se exporten. El arancel se puede presentar de las siguientes formas:

- a) **Ad valorem.**- Es un porcentaje sobre el valor de la mercancía importada o exportada.
- b) **Específico.**- Es una cantidad fija de dinero por unidad física del bien importado o exportado.
- c) **Compuesto o mixto.**- Combinación del arancel ad valorem y el específico.
- d) **Arancel cuota.**-Es aquel arancel que grava el excedente de importación sobre la cuota autorizada (cantidad de importación libre de arancel).
- e) **Estacional.**- Es un arancel poco frecuente que se aplica en ciertas épocas del año sobre algunos productos.

Cabe mencionar que para realizar una exportación, los productos también están sujetos a tres clases de tarifas que se les aplica cuando ingresan a las aduanas de los países.

- A) Tarifa General es la que se aplica normalmente a todos los países miembros de la Organización Mundial de Comercio (OMC), a quienes se les otorga el trato de nación más favorecida.
- B) Tarifa Preferencial se aplica a productos que provienen de países con quienes se tiene algún acuerdo comercial para otorgarse recíprocamente un trato arancelario preferencial.

<sup>13</sup> FLORES Paredes, Joaquín, op. cit., p 97

- C) Tarifa Diferencial es un arancel mayor a los dos anteriores y se aplica a países que no son ni miembros de la OMC, y ni tienen algún acuerdo comercial firmado. Está tarifa se caracteriza por discriminar a las mercancías ajenas a un tratado y que ingresan a un mercado.

La regulaciones no arancelarias son todas aquellas medidas que impiden el libre flujo de mercancías entre los países, y que no son gravámenes o impuestos. Estas por su naturaleza, resultan difíciles de conocer, interpretar y cumplir, se dividen de la siguiente forma:

**a) Regulaciones no arancelarias cuantitativas:**

-Permisos de importación o exportación.- Ayudan para determinar la cantidad de importación o exportación de algún producto por año, pero no especifica quien está autorizado para realizar tal operación.

-Cuotas.- Para evitar inconvenientes que se reflejan en mayores beneficios para los grandes comerciantes y mayor fluctuación de precios a lo largo del año, los gobiernos proporcionan licencias o permisos de importación o exportación, respetando el turno y el monto de la solicitud correspondiente.

-Precios oficiales.- Es una forma de limitar y llevar un cierto control en los niveles de precios internos ya que se puede vender un producto al consumidor a un precio inferior o superior al establecido.

-Medidas antidumping y compensatorias.- Las aplica un gobierno cuando otro otorga a sus productores un subsidio, por lo general económico, para ayudarlos a elevar la competitividad de bienes en los mercados de exportación, es decir, el antidumping son los medios no arancelarios que aplica un país para contrarrestar o protegerse de los efectos que lesionan a la capacidad productiva y competitiva de los productores locales.

**b) Regulaciones no arancelarias cualitativas:**

Entre las más importantes tenemos.

-Requisitos de empaque.- Son requisitos que deben estar sujetos a ciertas normas, que se aplican uniformemente a los países, dependiendo del producto que se vaya a exportar y de la presentación necesaria a que se someta.

-Regulaciones de toxicidad.- Se aplican a productos que en su elaboración requieren alguna sustancia que representa peligro o daño a la salud humana.

-Marcas de origen.- Es obligatorio que todos los productos deben tener una etiqueta, que permita identificar donde fue elaborado.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN



-Requisitos de etiquetado.- Son normas que regularmente se exigen al producto cuando se exportan o importan. Son importantes porque son requisitos que deben cumplir los fabricantes, los exportadores y los distribuidores de un producto, y más cuando su destino final es un consumidor.

-Normas de Calidad.- Se refiere al color, tamaño, forma, textura, madurez, limpieza y defectos permitidos del producto. Estas normas certifican el proceso productivo de la empresa, lo que al mismo tiempo también certifica al producto con el objetivo de obtener calidad total. Una norma conocida es el ISO 9000 que son Normas de administración de calidad y aseguramiento de Calidad-Lineamientos para selección y uso, ISO 14000 comprende varias normas únicas, que suministran los lineamientos necesarios para implementar un sistema administrativo ambiental.

-Regulaciones Ecológicas.- Este punto más que nada trata de regulaciones que debe de mantener cierto producto para proteger el medio ambiente. Para lograr una seguridad mayor en cuanto al buen estado los recursos con los que se cuenta ya que es un patrimonio que no se debe de desperdiciar y que puede acabarse.

-Regulaciones sanitarias y fitosanitarias.- Estas regulaciones sólo se aplican a los productos agropecuarios, pero se han tenido que aplicar a los países con el fin de proteger la vida humana, animal y vegetal de cada territorio.

#### **2.4 LOS TRATADOS COMERCIALES Y LAS REGLAS DE ORIGEN**

En la actualidad los tratados comerciales han tenido una serie de cambios muy bruscos debido a la globalización que se ha ido acentuando con más rapidez. Y esto se debe a que los tratados se hacen con el fin de mejorar la economía del país mediante el intercambio comercial entre países y así lograr una mejor comunicación entre ellos. Ya que México en 1998 había firmado con ocho países del continente americano y en el 2000 con quince países europeos a través de su tratado.

En los últimos diez años México ha firmado 10 TLC con 34 países.

- Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN),
- Tratado de Libre Comercio México-Unión Europea (TLCUE),
- TLC del Grupo de los Tres (G-3), (México, Venezuela y Colombia),
- TLC México-Bolivia,
- TLC México-Costa Rica,
- TLC México-Nicaragua,
- TLC México-Chile,

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

- \*TLC México-Israel,
- \*TLC México-Triángulo Centroamericano, y
- \*TLC México-Asociación Europea de Libre Comercio (AELC).

El TLCAN es un conjunto de normas o reglas de origen al comercio y la inversión, que efectúan desde hace tiempo, México, Canadá y Estados Unidos.

Su objetivo general es liberalizar de manera gradual y coordinada el comercio de bienes y servicios, así como los movimientos de capital, para formar un área de libre comercio entre Canadá, Estados Unidos y México.

Los objetivos particulares son:

- Eliminar las barreras al comercio,
- Promover las condiciones para una competencia justa,
- Incrementar las oportunidades de inversión,
- Proteger adecuadamente los derechos de propiedad intelectual,
- Establecer procedimientos eficaces para la aplicación del tratado y solucionar controversias, y
- Fomentar la cooperación trilateral, regional y multilateral.

Con la firma del TLCAN se aseguró a los exportadores mexicanos un trato arancelario preferencial en la mayoría de los productos.

Programa de desgravación arancelaria.

\*A partir del 1°. de enero de 1994 quedaron libre de arancel el 79.9% de las exportaciones mexicanas a EUA,

\*En 1999 se eliminó otro 12.4% adicional, y

\*El 1°. de enero del 2004 se eliminará otro 6.3%.

\*Así, para 1°. de enero del 2008 todas las exportaciones de México estarán exentas del pago de arancel.

**Bienes mexicanos que se benefician con el TLCAN a EUA.**

Alimentos: lechuga, frijoles, apio, coles, aceitunas, guayaba, mandarinas, limones, toronjas, sandía, arroz, tomate, pan, etc.

Productos industriales: pinturas barnices, bolsos y carteras de piel, calzado y gran variedad de aceros.

Textil: prendas de lana (suéteres, ropa interior, vestidos, pijamas y abrigos).

El tratado del TLCAN prevé eliminar obstáculos al comercio y a la libre circulación de inversión, en primera parte los aranceles aduaneros aplicados por los tres países a los productos originarios

TESIS CON  
 FALLA DE ORIGEN

de la región, y en segundo eliminar las otras restricciones, tales como permisos de importación destinados a proteger a los productores locales.

La exclusión de aranceles e impuestos a la importación, prevista en el TLCAN abarca a la totalidad de los bienes de los tres países.

La desgravación arancelaria ha sido gradual, pues busca beneficiar a los sectores industrial y agropecuario, además de que se realicen los ajustes necesarios para estar en condiciones de competir con EUA y Canadá.

#### **REGLAS DE ORIGEN**

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

En el artículo 401 del Código de Valoración Aduanera del GATT hoy OMC, un bien se considera originario de territorio de una parte siempre que:

- a) El bien sea totalmente obtenido o producido en el territorio de una o más de las partes o países,
- b) Cada uno de los materiales no originarios que se utilicen en la producción del bien sufra un cambio,
- c) El bien se produzca totalmente en territorio de una o más de las partes, exclusivamente a partir de materiales originarios de la región, y
- d) El bien se produzca completamente en territorio de una o más de las partes.

En el artículo 402, se establecen los métodos para determinar el valor de contenido regional de una mercancía, al respecto existen dos métodos:

#### **Método de Valor de Transacción**

Señala que el valor de contenido regional no debe ser inferior al 60%, lo anterior se expresa en la siguiente fórmula.

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

VT

DONDE:

VCR= Valor de contenido regional expresado en porcentaje.

VT= Es el valor de transacción del bien.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

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

#### **Método de Costo Neto**

Establecen un 50% de valor de contenido regional, siempre que el bien satisfaga los demás requisitos aplicables. La fórmula para determinar el valor de contenido regional por este método es:

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

DONDE:

VCR= Es el valor de contenido regional expresado en porcentaje.

CN= Es el costo neto del bien.

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

La diferencia entre estos dos métodos consiste, en que en el valor de transacción el exportador puede considerar como originarios los gastos de promoción venta y otros, así como las utilidades obtenidas por la venta. En el método de costo neto tales gastos no se consideran como originarios.

Las reglas de origen en el marco del TLCAN se formularon para:

- Asegurar que las ventajas del TLCAN se otorguen sólo a bienes producidos en la región de Norteamérica y no los que se elaboran en su mayor parte en otros países,
- Establecer reglas claras y obtener resultados previsibles, y
- Reducir los obstáculos administrativos para los exportadores, importadores y productores que realicen actividades comerciales en el marco del TLCAN.

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

#### **Características del certificado de origen para el TLCAN**

El formato debe ser requisitado por el exportador y el importador, también debe tenerlo en su poder al formular la declaración e importación.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

El certificado tiene una vigencia de cuatro años, a partir de la fecha de su firma, es sencillo y es el mismo para los tres países del TLCAN.

El formato puede reproducirse libremente y no requiere certificación de alguna autoridad.

En cuanto a la operación aduanera, se estableció el acuerdo de contar con un certificado de origen común para simplificar los trámites, en el mismo sentido se eliminarían los Derechos de Trámite Aduanero (DTA) a partir de julio de 1999, pero sólo en los países con los que México tiene firmado algún Tratado Comercial.

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

### **Registro Federal de Contribuyentes**

Las personas físicas y morales que realicen actividades lucrativas están obligadas a pagar impuestos al gobierno federal (art. 31 de la Constitución Política de México), para ello debe estar inscrito en el Registro Federal de Contribuyentes (RFC).

El exportador debe considerar que el RFC lo necesita para obtener apoyos de Pitex y Altex, solicitar devolución del IVA, abrir cuentas, recibir pagos, y realizar trámites en oficinas del gobierno.

### **Registro de marcas y propiedad industrial**

\*Los exportadores que participen en el comercio internacional necesitan proteger los derechos de propiedad industrial: invenciones, marcas y diseños comerciales, ya que son susceptibles de plagio y también de afectar la imagen del producto y la empresa.

\*En México existen leyes y organismos, que protegen, registran la propiedad industrial, tal es el caso del Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial, cuyo fin es registrar las patentes, marcas, diseños e invenciones, a fin de proteger a las empresas de posibles plagios.

### **Registro ante cámaras empresariales**

El registro o inscripción a estos organismos no es obligatorio y no es requisito para realizar exportaciones, sin embargo, tener una filiación se puede acceder a algunos apoyos que promueven la actividad empresa, además de intercambiar información.

Los trámites que debe cumplir el exportador se indican en la Ley del Impuesto General de Exportación (TIGE). A continuación se menciona una lista de los documentos más empleados en una exportación:

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

### **Factura comercial**

Este documento se presenta en original y seis copias, con firma autógrafa, en español o inglés y debe incluir la siguiente información:

- Aduana de salida del país de origen y aduana de entrada al país destino,
- Nombre y dirección del vendedor o del embarcador,
- Nombre y dirección del comprador o consignatario,
- Descripción detallada de la mercancía (nombre, marca, símbolos, etc),
- Cantidades, peso y medidas de embarque,
- Precio de cada mercancía e indicar el tipo de moneda, sin incluir el IVA,
- Tipo de divisa utilizada,
- Condiciones de venta de acuerdo con el Incoterms,
- Lugar y fecha de expedición, y
- Si la factura tiene más de dos hojas se enumeran consecutivamente.

### **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 que contiene cada bulto o caja.

-En la lista se indicará la cantidad exacta de artículos que contiene cada caja, bulto, envase u otro tipo de embalaje,

-En caso de algún percance se facilite el reclamo del seguro,

-Anotar en forma clara y legible el número y marca de la mercancía,

-Empacar juntas las mercancías del mismo tipo para facilitar la revisión,

-La lista de empaque la elabora el exportador en original y seis copias, y

-Se sugiere indicar la medida de los bultos, en caso de que se cotice por relación de peso-volumen-valor del empaque.

### **Pedimento de exportación**

El pedimento debe ser presentado en la forma oficial aprobada por la SHCP ante la aduana correspondiente, por medio de un agente o apoderado aduanal que designe formalmente la empresa. En los casos en que así se requiera, el pedimento debe incluir la firma electrónica que demuestre el descargo total o parcial del permiso de exportación. A tal pedimento se debe anexar:

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

a) Factura Comercial, y

b) Los documentos que comprueben el cumplimiento de las regulaciones no arancelarias (certificado sanitario, fitosanitario u otro).

#### **Carta de encomienda**

Este documento lo debe proporcionar el exportador, donde bajo protesta de decir la verdad, instruye al agente aduanal para que realice el despacho aduanero (trámite de salida de mercancías de territorio nacional) en forma clara y precisa.

#### **Documento de transporte**

Es un título de consignación expedido por la compañía de transporte, en original y seis copias, en el se indica que la mercancía se ha embarcado a un destino determinado. A partir de ese momento la compañía transportista es responsable del envío y la custodia de la mercancía hasta su destino, según lo pactado en el contrato.

Dependiendo del medio de transporte, el documento se denomina:

- a) Guía aérea (Airway Bill) se utiliza para transporte Aéreo,
- b) Conocimiento de embarque (Bill of Lading) se utiliza para transporte Marítimo,
- c) Carta de porte se utiliza para Autotransporte, y
- d) Talón de embarque se utiliza para transporte en Ferrocarril.

#### **Seguro de transporte de carga**

El seguro incluye una serie de cobertura para prever posibles pérdidas o daños materiales que sufran los bienes muebles o semovientes durante el transporte por cualquier medio.

\*Lo contrata quien tenga interés en la seguridad de las mercancías,

\*Durante el tránsito se cubre los riesgos por pérdida total o parcial, debido a daños por incendio, explosión, hundimiento, colisión, caída de aviones y volcaduras y descarrilamiento,

\*Se puede asegurar contra: robo, manchas, roturas, derrame, etc.,

\*La cobertura de seguros no incluyen: violación a alguna ley o reglamento, demora, pérdida de mercado, falta de peso por evaporación o pérdida de humedad,

\*Los seguros tienen vigencia a partir de que los bienes están a cargo del porteador para su transporte, durante el viaje y hasta el destino final,

\*Los seguros se pueden contratar por viaje o adquirir una póliza anual, y

\*En caso de siniestro el reclamo se hará por escrito.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

## **2.6 PROGRAMAS E INSTITUCIONES DE APOYO A LA EXPORTACIÓN**

Los programas de fomento a la exportación que existen son diseñados por el gobierno federal y están orientados en dos direcciones:

- Mecanismos para que el exportador importe insumos, maquinaria y equipo sin pagar aranceles, y
- Programas de financiamiento a la actividad exportadora.

Entre los programas que más apoyan a estas dos actividades en nuestro país tenemos:

### **-PROGRAMA DE IMPORTACIÓN TEMPORAL PARA PRODUCIR ARTÍCULOS DE EXPORTACIÓN (PITEX)**

El **objetivo principal** es ayudar a la actividad exportadora, dejando que los beneficiarios inscritos en el programa que la importación de insumos, maquinaria y equipo utilizados en la producción de los bienes exportados quede exenta del pago de impuestos.

El **requisito es** que si la empresa solamente importa insumos (materia prima, combustibles, etc.), debe exportar el 10% de sus ventas totales o exportar más de UDS \$500,000; si importa solamente maquinaria debe exportar el 30% de sus ventas totales; debe presentar la solicitud de inscripción al programa ante la SECON y ser auditado periódicamente por la misma dependencia.

El **beneficio es** que no pagan aranceles, cuotas compensatorias, cuando las haya, ni IVA en la importación de insumos, maquinaria y equipo; se admiten como mermas los faltantes de combustibles, lubricantes y demás materias auxiliares. Las empresas registradas en este programa podrán vender hasta 30% de la exportación total en el mercado nacional, siempre que demuestren saldo positivo en divisas.

### **-DEVOLUCIÓN DE IMPUESTOS (DRAW BACK)**

El **objetivo es** hacer un método donde puedan integrarse las empresas exportadoras que producen para exportar y que no entran en esos métodos, para que salven los impuestos que hayan pagado por las mercancías importadas.

El **requisito es** tener solicitud de devolución de impuestos de importación; además copia del pedimento de importación o exportación correspondientes; constancia de exportación cuando se vendan a empresas PITEX, maquiladoras o ECEX; constancia de depósito cuando se vendan a la industria automovilística o carta de aval solidario en otros casos.

El **beneficio es** obtener la devolución de impuestos pagados por la importación de insumos incorporados a la exportación de bienes.

### **-EMPRESAS DE COMERCIO EXTERIOR (ECEX)**

El **objetivo es** fomentar el establecimiento de empresas comercializadoras internacionales.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN



**El requisito es** contar con un capital social mínimo de USD \$100,000; exportaciones anuales mínimas de USD 3 millones y demostrar saldo operacional positivo de divisas.

**El beneficio es** que su pago de impuestos se podrá hacer en una institución financiera; acreditación automática como empresa ALTEX; sus proveedores o asociados podrán facturar con tasa cero de IVA; podrán tener la posibilidad de nombrar apoderado aduanal exclusivo y así acceder al despacho aduanero que ellos requieran.

#### **-EMPRESAS ALTAMENTE EXPORTADORAS (ALTEX)**

**El objetivo es** animar a las enormes empresas que exportan con exenciones fiscales y obtener ciertas facilidades para las operaciones que se lleven a cabo en las aduanas.

**El requisito es** alcanzar exportaciones directas anuales por USD \$2 millones como mínimo o equivalentes a 40% de sus ventas totales; sus exportaciones indirectas deben ser por lo menos el 50% de sus ventas anuales y presentar solicitud ante la SECON.

**El beneficio es** la devolución inmediata del IVA cuando se tiene saldo a favor; acceso gratuito al sistema de información comercial SECON-BANCOMEXT; exención del 2º reconocimiento aduanal; despacho aduanal simplificado. Estas empresas automáticamente tienen todos los beneficios de las empresas PITEX y posibilidad de nombrar apoderado aduanal en diversas aduanas y productos diversos.

#### **-FERIAS MEXICANAS DE EXPORTACIÓN (FEMEX)**

**El objetivo es** promover la realización de ferias en el país para promover las mercancías mexicanas en los mercados internacionales.

**Sus características son** que la SECON emite un certificado de ferias mexicanas de exportación que se entrega a:

a) Los organizadores de ferias cuando cumplan, entre otras cosas con lo siguiente:

-Promuevan las exportaciones como objetivo fundamental.

-Se comprometan a realizar la feria tres veces ininterrumpidas.

-Inviertan por lo menos 1.2 millones de pesos.

-Garanticen la participación de por lo menos 100 empresas expositoras y 100 compradores extranjeros.

b) Los constructores de recintos para la realización de ferias.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

### **-COMISIÓN MIXTA PARA LA PROMOCIÓN DE LAS EXPORTACIONES (COMPEX)**

La COMPEX, convoca a las autoridades que participan en las operaciones de comercio exterior y recibe los programas y las iniciativas de los exportadores para disminuir los imprevistos y restricciones de exportación.

### **-SISTEMA MEXICANO DE PROMOCIÓN EXTERNA (SIMPEX)**

El Programa colabora con el Bancomext para transmitir información y dar paso al empresario a las bases de datos respectivas para conocer los posibles mercados, además apoya a las empresas mexicanas a encontrar oportunidades comerciales, intereses de subcontratación e inversión y licitaciones en el exterior, asimismo promueven la oferta exportable e intereses de coconversión nacionales en sus áreas de adscripción.

### **-INSTITUCIONES QUE APOYAN A LA ACTIVIDAD EXPORTADORA**

Son instituciones que facilitan información a los exportadores para llevar a cabo un buen manejo de sus transacciones por medio de una serie de requisitos que son indispensables y que cumplan ante ciertas autoridades que se encargan de reglamentar para mantener un orden ya sea legal, ambiental, económico, social, etc.

**Secretaría de Economía (SECON)**, apoya a las exportaciones mediante la información más actual que tienen respecto a los asuntos más importantes en el mundo para saber en la posición en la que se puede encontrar tanto su producto como la posibilidad de exportarlo. Además se encarga de tener relaciones en cuanto a las transacciones que se hacen día a día para estar al corriente a nivel mundial de lo que pasa en el ámbito monetario. "Su misión es crear condiciones necesarias para fortalecer la competitividad, tanto en el mercado nacional e internacional, de todas las empresas del país; en particular de las micro, pequeñas y medianas."<sup>14</sup> Por lo tanto las apoya dándoles información general sobre áreas normativas, asesorías de comercio exterior, programas de promoción que ofrece el gobierno federal, poniendo a disposición por vía internet de la balanza comercial, catálogos de normas, clientes para sus productos (SIEM). Otras funciones importantes son la expedición de permisos para importar y exportar, asimismo extiende certificados de origen, etc.

**Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP)**, esta dependencia autoriza los impuestos y las franquicias aduanales, clasifica las mercancías, impuestos, cambios de aduana o de régimen, también se encarga de las autorizaciones de importaciones, exportaciones y del RFC para fines aduanales (homoclave del importador y exportador), entre muchos más. Apoya a las

<sup>14</sup> [www.economia.com.mx](http://www.economia.com.mx)

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

exportaciones en cuanto a que requisitos requiere su exportación, que pagos debe realizar ante esta institución y que no tenga ningún problema al exportar el producto. También se encarga del cumplimiento de las disposiciones citadas en la ley para que no se cometan delitos ni se excluyan obligaciones que deben cumplir por las actividades que estén realizando dentro y fuera del país.

**Banco Nacional de Comercio Exterior (BANCOMEXT)**, "su misión consiste en incrementar la competitividad de las empresas mexicanas, primordialmente las pequeñas y medianas, vinculadas directa e indirectamente con la exportación y/o la sustitución eficiente de importaciones, otorgando un apoyo integral a través de servicios de calidad en capacitación, información, asesoría, coordinación de proyectos y financiamiento."<sup>15</sup> Ayudan a las exportaciones para que les sea más rápida su comercialización. Esto ayuda a que el importador o el exportador tenga una idea más clara de lo que es su producto, como lo puede vender, promocionar, a que clientes acudir y extender más sus relaciones comerciales, así como tácticas de cómo innovar su producto y otras cosas muy importantes para él. También otorgan recursos financieros a las empresas mexicanas para comprar maquinaria y equipo de importación, para que cuenten con tecnología de punta, proporcionan calendarios mensuales de eventos en apoyo a las exportaciones tales como: ferias, misiones, cursos, seminarios. Pero sin olvidar que apoyan dando asesoría legal, asistencia técnica, etc.

**Secretaría de Salud (SS)**, "apoya a los importadores y exportadores brindando una autoridad sanitaria, en la cual brinda seguridad, confianza y credibilidad en la población. Las acciones que realiza se orientan a: llevar trámites, permisos y autorizaciones en materia de servicios de salud, elaborar y difundir Normas Oficiales Mexicanas."<sup>16</sup> Estas normas son para que el producto tenga la aceptación y no provoquen situaciones o problemas que causen el peligro al ser humano. Por lo tanto se apoya de ciertas advertencias que se aplican a las mercancías para prevenir a las personas, por ejemplo la caducidad, contenido, sus observaciones del riesgo de su consumo, entre otras cosas.

**La Secretaría de Agricultura Ganadería y Desarrollo Rural (SAGAR)**, apoya a las exportaciones dándoles capacitación, recomendaciones, apoyo para el uso adecuado y el manejo de su actividad, para agilizar el crecimiento inmediato y ayudar a que se tenga un mayor rendimiento en su producción y alcanzar un nivel más alto en su trabajo y haga más posible las exportaciones.

<sup>15</sup> [www.bancomext.com.mx](http://www.bancomext.com.mx)

<sup>16</sup> [www.salud.gob.mx/unidades/dgces/psnm.html](http://www.salud.gob.mx/unidades/dgces/psnm.html)

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

**Secretaría del Medio Ambiente, Recursos Naturales y Pesca (SEMARNAP)**, esta dependencia tiene como fin el dar una información detallada de los peligros que corre el medio ambiente al estar propenso a ciertos tipos de contaminación ya sea en la tierra, agua, aire, y esto puede provocar daños irreversibles en el medio natural, el cuál se puede llegar a terminar o extinguir especies de flora y fauna.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

### **3. ANÁLISIS ESTRATÉGICO DE LA EMPRESA CON PERFIL EXPORTADOR**

Para poder realizar un proyecto de exportación es necesario comprobar que la empresa está en condiciones de exportar, mediante un análisis detallado, se demuestra si realmente tiene un buen funcionamiento en la integración del personal, situación financiera, gestión empresarial, en aspectos de mercadotecnia y en el proceso productivo; a fin de poder hacer un autoanálisis de los productos en un marco general. De ésta forma se puede establecer si un producto ha satisfecho la demanda en México, que por consiguiente podrá cubrir los requerimientos y necesidades de sus posibles clientes en el mercado internacional.

El factor humano juega un papel estratégico en el desarrollo de cualquier organización, pero también depende que los empleados luchen por obtener un mayor desarrollo logrando con ello metas comunes.

Con respecto a la Situación Financiera de la empresa es primordial que se realice un análisis financiero donde se pueda detectar el costo de capital, el nivel de endeudamiento a corto o largo plazo, la capacidad de financiar sin ningún problema, el factor influyente del capital circulante entre otros puntos. El análisis financiero es una técnica necesaria para evaluar la situación actual de la empresa y así poder tomar decisiones.

Los aspectos de la Mercadotecnia son importantes porque son actividades comerciales que influyen para que el consumidor tenga la oportunidad de poder elegir su producto.

La Mercadotecnia proporciona una gama de combinaciones correspondientes al tipo de empresa para que ésta las utilice en la comercialización del producto. Los elementos que conforman a la mercadotecnia son: el producto, los canales de distribución, estructura de precios y actividades de promoción.

En el proceso productivo la producción es muy importante ya que por medio de él se transforma la materia prima en productos o artículos terminados, sus partes elementales son: el diseño del producto; el estudio y determinación de la materia prima y de los materiales a utilizar; el estudio de selección del equipo y maquinaria; la compra del equipo necesario para trabajar; el establecimiento de normas adecuadas de calidad para los productos terminados; la adecuada planeación, programación y ejecución del trabajo mediante la supervisión.

Respecto a la gestión empresarial ésta se explica y se define como el objetivo de la empresa, punto muy importante para poder realizar sus operaciones, así también de la visión de la empresa que representa el escenario futuro al que aspira la organización.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

Los elementos primordiales a mencionar son: contar con oferta exportable; calidad; precio competitivo; tiempo de entrega y servicio postventa. La combinación acertada precio/calidad y oferta es la clave perfecta de acceso a cualquier mercado internacional.

Para definir las oportunidades de exportación y elegir aquella donde sus posibilidades de éxito son mayores, es de vital importancia para tomar como punto de partida las características de su producto con relación a la posición estratégica a que se quiera llegar en el mercado en función de lo siguiente:

- El punto en el que el mercado basa su liderazgo en costos, porque la naturaleza del producto y del mercado dependen de los precios más bajos.
- La diferenciación del producto respecto a los de sus competidores.
- Una combinación de los dos anteriores.
- La identificación de las amenazas que se presentan en la empresa.

### **3.1 EL PLAN DE NEGOCIOS DE EXPORTACIÓN**

El plan de negocios "es el mapa del camino que deberá recorrer una organización rumbo al éxito; este documento describa el qué, por qué, dónde, cómo, y cuándo se ha de ejecutar cada paso, para lograr los objetivos que se hubiesen fijado."<sup>17</sup>

El 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 esquivia, eliminación o reducción de los riesgos previsibles en su camino hacia los fines que pretende.

El plan de negocios es un instrumento para obtener con eficiencia lo que la organización pretende, la cual se mide en función al volumen de resultados, costo y tiempo.

El plan de negocios, debe presentar con claridad tres aspectos:

- a. Donde se encuentra su organización.
- b. Dónde pretende llegar.
- c. Qué tiene que hacer para llegar a donde pretende.

El plan de negocios es el mejor instrumento, para dirigir, evaluar la operación y administración de una organización en la obtención de los resultados descritos en los objetivos.

El proceso para el desarrollo de un plan de negocios para pequeñas empresas consiste en:

<sup>17</sup> LERMA Kitchner Alejandro, Ibidem, p. 39

- 1.- Investigar las necesidades que no han sido satisfechas en la localidad.
- 2.- Seleccionar las necesidades y deseos detectados, usted podría hacer algo para satisfacerlos y además que le interese hacerlo.
- 3.- Desarrolle varias ideas sobre nuevos productos o un servicio.
- 4.- Evalúe cuál sería más factible y que sea su alcance realizarlo.
- 5.- Prepare su plan de negocios.
  - a) Empezando con una buena Idea.
  - b) Fundamentos de Mercadeo.
  - c) Financiamiento de su Negocio.

El plan de exportación es un documento que nos indica que es lo que tiene que llevar a cabo, si la empresa desea entrar al mercado externo o bien elevar su nivel de posicionamiento dentro del mercado global.

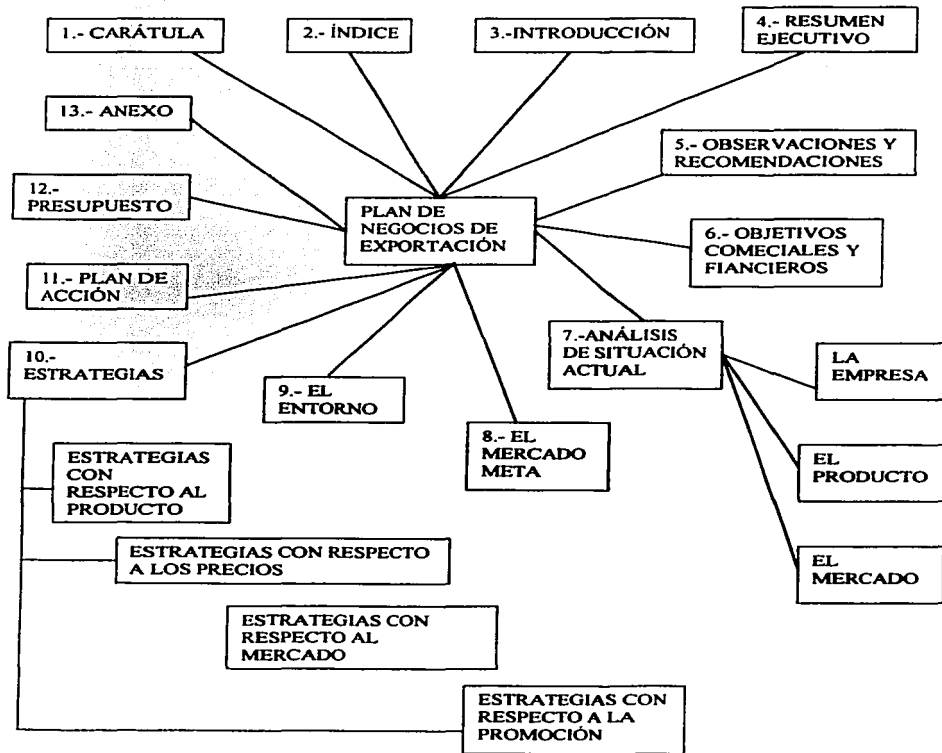
El plan de exportación es muy usado en la Mercadotecnia, ya que se aplica a diversos mercados con el exterior, es necesario hacer la diferencia y clasificarlo, ya que a causa de las condiciones de mercado internacional son muy variadas, en lo que se refiere a:

- Canales de distribución.
- Perfil.
- Usos y costumbres de los consumidores.
- Complicaciones por las barreras arancelarias y no arancelarias.
- Tramitación aduanal.
- Transporte, embalaje.

En el siguiente cuadro se muestra la estructura que debe de tener un plan de negocios de exportación.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

## ESTRUCTURA ESTÁNDAR DEL PLAN DE EXPORTACIÓN



FUENTE: LIBRO DE COMERCIO INTERNACIONAL, AUTOR: ALEJANDRO LERMA. PAG. 91.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN



## PREPARACIÓN DE SU PLAN DE EXPORTACIÓN.

- 1.- Describir la situación actual del negocio.
- 2.- Detectar las oportunidades del mercado internacional: identificando las fuentes primarias y secundarias.
- 3.- Evaluar la competitividad internacional.
- 4.- Establecer estrategias competitivas en el mercado.
- 5.- Realizar un proyecto de exportación.
  - a) Analizar la información externa de la empresa.
  - b) La información externa del mercado meta.

### 3.2 ASPECTOS DEL PROCESO PRODUCTIVO

La función de la producción es crear utilidad o aumentar la que ya se tiene en materia mediante su transformación química, de forma o de situación.

Un proceso productivo se encuentra vinculado a un nivel de desarrollo social, la producción se relaciona con las características de cada sociedad y se puede manifestar como el resultado del trabajo actual y anterior.

En el proceso productivo se manifiestan las acciones y objetivos que han de satisfacer las necesidades de la empresa.

Los objetivos principales del proceso productivo son de carácter social, a través del cual se puede satisfacer las necesidades de cierta población determinada, pero también son de carácter económico que ayuda a proporcionar determinado ingreso al productor.

La producción es lo que resulta de una serie de combinaciones de los factores naturaleza, trabajo y capital. Todos estos factores mezclados forman diferentes maneras para poder proporcionar ventajas o beneficios mayores.

En los procesos de producción son importantes los costos de producción. Bueno los costos son un desembolso en efectivo o en especie que puede formar parte de la producción, es recuperable, a diferencia del gasto que se efectúa y ya no se recupera.

Los costos de producción "son el conjunto de pagos, obligaciones contraídas, consumos, depreciaciones, automatización y aplicaciones atribuibles a un periodo determinado, relacionadas con las funciones de producción, distribución y financiamiento."<sup>18</sup>

<sup>18</sup> HERNÁNDEZ Assemat, José Enrique, Economía II, Editorial Instituto Politécnico Nacional, México, 1995, p. 134

Sistema puede definirse como "un conjunto de diversos elementos, mismos que se encuentran interrelacionados."<sup>19</sup>

Cada sistema parcialmente abierto recibe influjos (denominados estímulos o, si van a ser transformados por el sistema, insumos) de su medio circundante a través de vías específicas llamadas entradas.

El sistema influye, con sus reacciones o respuestas (denominadas también resultados, si es que son producto de cierta transformación) sobre el medio, empleando vías específicas denominadas salidas.

El intercambio de estímulos y de reacciones entre el sistema y su medio circundante así como entre los diversos elementos del sistema se denomina comunicación. La comunicación es fundamental para la vida del sistema.

En el proceso productivo la cibernética mantiene estrechas semejanzas con el proceso administrativo. Este proceso consiste en fijar un objetivo, realizar las actividades necesarias para alcanzarlo y determinar si se alcanzó o no, a fin de corregir las acciones. A esto se le llama proceso administrativo. La planeación es el estado ideal que se desea lograr.

### ESQUEMA BÁSICO DE LA RETROALIMENTACIÓN



Como ya se dijo el sistema se comunica con su medio circundante, así como con los diversos elementos que integran el propio sistema; los estímulos que reciben son transformados y analizados y dan origen a las respuestas.

No todos los estímulos son aprovechados por el sistema, por diversas razones, dando así lugar a desperdicios. Precisamente, la productividad de una organización puede definirse como la

<sup>19</sup> ARIAS Galicia, Fernando, Administración de Recursos Humanos, Editorial Trillas, 1ª Reimp. México 1990, p. 13.

proporción entre los insumos (estímulos) que puso en juego para lograr ciertos objetivos y los resultados (respuestas) que obtuvo.

Los insumos o estímulos de un sistema pueden ser muchos tipos; por ejemplo al hablar de las organizaciones, pueden citarse entre otros, los siguientes: aportaciones económicas, materia prima, conocimientos, habilidades y experiencias de sus miembros y energía eléctrica para mover las máquinas. Las respuestas también pueden ser de diversas clases: producto final o servicio, satisfacción de sus miembros, desperdicio y contaminación ambiental.

Una organización para lograr sus objetivos, requiere de una serie de recursos materiales, financieros, humanos y técnicos, deben ser administrados correctamente, sólo ahí le permitirán o le facilitarán alcanzar sus objetivos.

### **3.3 ANÁLISIS CONTABLE Y FINANCIERO DE LA EMPRESA**

El objetivo de los métodos analíticos consiste en simplificar y reducir los datos que se examinen en términos más comprensibles para estar en posibilidad de interpretarlos y hacerlos significativos.

Los métodos del análisis financiero comprenden lo que son las razones simples y razones estándar. Es necesario utilizar la técnica del punto de equilibrio económico, para conocer las diversas alternativas que puede planear la administración de una empresa, con el objetivo de seleccionar lo que es más conveniente y tomar sus decisiones de por qué, cómo y cuándo se debe realizar.

Todo análisis se da mediante los conocimientos que uno tiene con respecto al entorno en el que se encuentra, a las condiciones con las que cuenta el mercado, la localización de la empresa en base a sus fuentes de abastecimiento de materia prima, mano de obra, sus vías de comunicación, transporte, condiciones políticas empresariales y tributarias, que tienen gran relevancia para lograr el éxito de la empresa.

#### **RAZONES FINANCIERAS:**

Uno de los mecanismos más usados para efectuar el análisis financiero de entidades es el uso de Razones Financieras, ya que estas pueden medir en un año la eficacia y comportamiento de la empresa. Estas presentan una perspectiva amplia de la situación financiera, puede precisar el grado de liquidez, de rentabilidad, el apalancamiento financiero, la cobertura y todo lo que tenga que ver con su actividad.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

Las fórmulas de las razones financieras que se presentan a continuación se basan en el Balance y el Estado de Resultados que se presenta en la página 48 y 49.

### **RAZONES DE LIQUIDEZ:**

La liquidez de una organización es determinada por la capacidad para saldar las obligaciones a corto plazo que se han adquirido a medida que éstas se vencen. Se refieren no solamente a las finanzas totales de la empresa, sino a su habilidad para convertir en efectivo determinados activos y pasivos corrientes

#### **\*CAPITAL NETO DE TRABAJO (CNT):**

Esta razón se obtiene al descontar de las obligaciones corrientes de la empresa todos sus derechos corrientes.

$$\text{CNT} = \text{ACTIVO CORRIENTE} - \text{PASIVO CORRIENTE} = 84,600 - 41,500 = 43,100$$

#### **\*ÍNDICE DE SOLVENCIA (IS):**

Este se considera la verdadera magnitud de la empresa en cualquier instancia del tiempo y es comparable con diferentes entidades de la misma actividad.

$$\text{IS} = \frac{\text{ACTIVO CORRIENTE}}{\text{PASIVO CORRIENTE}} = \frac{84,600}{41,500} = 2.04$$

$$\text{PASIVO CORRIENTE} \quad 41,500$$

#### **\*ÍNDICE DE LA PRUEBA DEL ÁCIDO O DE PAGO INMEDIATO:**

Esta prueba es semejante al índice de solvencia, pero dentro del activo corriente no se tiene en cuenta el inventario de productos, ya que este es el activo con menor liquidez.

$$\text{ACIDO} = \frac{\text{ACTIVO CORRIENTE} - \text{INVENTARIO}}{\text{PASIVO CORRIENTE}} = \frac{(84,600 - 39,050)}{41,500} = 1.10$$

$$\text{PASIVO CORRIENTE} \quad 41,500$$

#### **\*ROTACIÓN DE INVENTARIO (RI):**

Este mide la liquidez del inventario por medio de su movimiento durante el periodo.

$$\text{RI} = \frac{\text{INVENTARIO PROMEDIO} \times 360}{\text{COSTO DE LO VENDIDO}} = \frac{(39,050 + 38,500) / 2 \times 360}{233,557} = 59.77$$

$$\text{COSTO DE LO VENDIDO} \quad 233,557$$

#### **\*PLAZO PROMEDIO DE INVENTARIO (PPI):**

Representa el promedio de días que un artículo permanece en el inventario de la empresa.

$$\text{PPI} = \frac{360}{\text{ROTACIÓN DE INVENTARIO}} = \frac{360}{59.77} = 6.02$$

$$\text{ROTACIÓN DE INVENTARIO} \quad 59.77$$

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

**\*ROTACIÓN DE CUENTAS POR COBRAR (RCC):**

Mide la liquidez de las cuentas por cobrar por medio de su rotación.

$$RCC = \frac{\text{PROMEDIO CUENTAS POR COBRAR} \times 360}{\text{VENTAS}} = \frac{(43,550 + 39,479) / 2 \times 360}{348,593} = 42.87$$

**\*PLAZO PROMEDIO DE CUENTAS POR COBRAR (PPCC):**

Es una razón que indica la evaluación de la política de créditos y cobros de la empresa.

$$PPCC = \frac{360}{\text{ROTACIÓN DE CUENTAS POR COBRAR}} = \frac{360}{42.87} = 8.40$$

**\*ROTACIÓN DE CUENTAS POR PAGAR(RCP):**

Sirve para calcular el número de veces que las cuentas por pagar se convierten en efectivo en el curso de año.

$$RCP = \frac{\text{PROMEDIO CUENTAS POR PAGAR}}{\text{COMPRAS}} = \frac{(40,500 + 33,095) / 2 \times 360}{233,557} = 56.72$$

**\*PLAZO PROMEDIO DE CUENTAS POR PAGAR (PPCP):**

Permite vislumbar las normas de pago de la empresa.

$$PPCP = \frac{360}{\text{ROTACIÓN DE CUENTAS POR PAGAR}} = \frac{360}{56.72} = 6.35$$

**RAZONES DE ENDEUDAMIENTO**

Estas razones indican el monto del dinero de terceros que se utilizan para generar utilidades, estas son de gran importancia ya que estas deudas comprometen a la empresa en el transcurso del tiempo.

**RAZÓN DE ENDEUDAMIENTO (RE):**

Mide la proporción del total de activos aportados por los acreedores de la empresa.

$$RE = \frac{\text{PASIVO TOTAL}}{\text{ACTIVO TOTAL}} = \frac{49,500}{113,600} = 0.44$$

**RAZÓN PASIVO-CAPITAL (RPC):**

Indica la relación ente los fondos a largo plazo que administran los acreedores y los que aportan los dueños de las empresas.

$$RPC = \frac{\text{PASIVO A LARGO PLAZO}}{\text{CAPITAL CONTABLE}} = \frac{8,000}{64,144} = 0.12$$

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

### **RAZONES DE RENTABILIDAD:**

Estas razones permiten analizar y evaluar las ganancias de la empresa con respecto a un nivel dado de ventas, de activos o la inversión de los dueños.

#### **\*MARGEN BRUTO DE UTILIDADES (MB):**

Indica el porcentaje que queda sobre las ventas después que la empresa ha pagado sus existencias.

$$MB = \frac{\text{VENTAS} - \text{COSTO DE LO VENDIDO}}{\text{VENTAS}} = \frac{348,593 - 233,557}{348,593} = 0.33$$

#### **\*MARGEN DE UTILIDADES OPERACIONALES (MO):**

Representa las utilidades netas que gana la empresa en el valor de cada venta. Estas se deben tener en cuenta deduciéndoles los cargos financieros o gubernamentales y determina solamente la utilidad de la operación de la empresa.

#### **\*MARGEN NETO DE UTILIDADES (MN):**

Determina el porcentaje que resulta en cada venta después de deducir todos los gastos incluyendo los impuestos.

#### **\*ROTACIÓN DEL ACTIVO TOTAL (RAT):**

Indica la eficiencia con que la empresa puede utilizar sus activos para generar ventas.

$$RAT = \frac{\text{VENTAS ANUALES}}{\text{ACTIVOS TOTALES}} = \frac{348,593}{113,600} = 3.07$$

#### **\*RENDIMIENTO DE LA INVERSIÓN (REI):**

Determina la efectividad total de la administración para producir utilidades con los activos disponibles.

$$REI = \frac{\text{UTILIDADES NETAS DESPUÉS DE IMPUESTOS}}{\text{ACTIVOS TOTALES}} = \frac{26,144}{113,600} = 0.23$$

### **EL PUNTO DE EQUILIBRIO.**

El análisis del punto de equilibrio es una técnica útil para estudiar las relaciones entre los costos fijos, los costos variables y los beneficios. Si los costos de una empresa sólo fueran variables, no existiría problema para calcular el punto de equilibrio.

El punto de equilibrio "es el nivel de producción en el que son exactamente iguales los beneficios por ventas a la suma de los costos fijos y los variables."<sup>20</sup>

<sup>20</sup> BACA Urbina Gabel, Evaluación de Proyectos, Editorial Mc Graw Hill, 3ª. Ed., México, 1995, p. 142

Más que nada se debe mencionar que ésta técnica sirve para evaluar la rentabilidad de una inversión , sino que sólo es una importante referencia que debe tenerse en cuenta, además tiene ciertas desventajas como las siguientes:

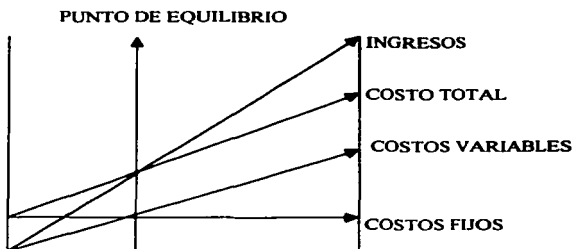
- Para su cálculo no se considera la inversión inicial que da origen a los beneficios calculados, por lo que no es una herramienta de evaluación económica.
- Es importante delimitar con exactitud si ciertos costos se clasifican como fijos o como variables, y esto es muy importante, pues mientras los costos fijos sean menores se alcanzará más rápido el punto de equilibrio. Se puede entender que los costos fijos son aquellos que son independientes del volumen de producción, y que los costos directos o variables son los que varían directamente con el volumen de producción, aunque algunos costos, como salarios y gastos de oficina, pueden designarse a ambas categorías.

En el punto de equilibrio, los ingresos se igualan a los costos totales:

$$P \times Q = CF + CV$$

Pero como los costos variables siempre son un porcentaje constante de las ventas, entonces el punto de equilibrio se puede definir matemáticamente como:

$$\text{PUNTO DE EQUILIBRIO} = \frac{\text{COSTOS FIJOS TOTALES}}{\text{VOL. DE VENTAS} - \frac{\text{CTOS. VAR. TOTAL}}{\text{VOL. TOT. DE VTAS.}}}$$



UTILIDADES PRODUCIDAS Y VENDIDAS

FUENTE: LIBRO EVALUACIÓN DE PROYECTOS. AUTOR: BACA URBINA GABRIEL. PAG. 144.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

$$\text{PUNTO DE EQUILIBRIO} = \frac{\text{CF}}{\text{CV}}$$

I - P X Q

A continuación se presenta el balance y el estado de resultados del cual se basaron las fórmulas anteriores:

**EL ROBLE, S.A. DE C.V.  
BALANCE GENERAL**

	2002	2001
<b>ACTIVO</b>		
<b>CIRCULANTE</b>		
CAJA Y BANCOS	2,000.00	1,700.00
CUENTAS POR COBRAR (NETO)	43,550.00	39,479.00
INVENTARIO (NETO)	39,050.00	38,500.00
<b>TOTAL</b>	<b>84,600.00</b>	<b>79,679.00</b>
<b>FIJO</b>		
TERRENO Y EDIFICIO (NETO)	17,000.00	19,000.00
MAQUINARIA Y EQUIPO (NETO)	12,000.00	13,500.00
<b>TOTAL</b>	<b>29,000.00</b>	<b>32,500.00</b>
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>113,600.00</b>	<b>112,179.00</b>
<b>PASIVO</b>		
<b>A CORTO PLAZO</b>		
CUENTAS POR PAGAR	40,500.00	33,095.00
DOCUMENTOS POR PAGAR (PRESTAMOS DIR.)	1,000.00	1,500.00
<b>TOTAL</b>	<b>41,500.00</b>	<b>34,595.00</b>
<b>A LARGO PLAZO</b>		
CRÉDITO HIPOTECARIO	8,000.00	9,000.00
<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>49,500.00</b>	<b>43,595.00</b>
<b>CAPITAL</b>		
<b>CAPITAL SOCIAL</b>		
ACCIONES COMUNES \$1,000 C/U	20,000.00	20,000.00
<b>SUPERAVIT</b>		
UTILIDADES DE EJ. ANT.	48,500.00	47,350.00
PAGO DE DIVIDENDOS	-30,500.00	-30,350.00
UT. DE EJ. ANT. (NETO)	18,000.00	17,000.00
UTILIDADES DEL EJERCICIO	26,144.00	31,584.00
<b>TOTAL CAPITAL</b>	<b>64,144.00</b>	<b>68,584.00</b>
<b>TOTAL PASIVO MÁS CAPITAL</b>	<b>113,644.00</b>	<b>112,179.00</b>

TESIS CON  
 FALLA DE ORIGEN



**EL ROBLE, S.A. DE C.V.  
ESTADO DE RESULTADOS**

	<u>2001</u>	<u>2000</u>
VENTAS TOTALES	414,992.00	367,250.00
REBAJAS Y DEVOLUCIONES	<u>66,399.00</u>	<u>51,415.00</u>
<b>VENTAS NETAS</b>	<b><u>348,593.00</u></b>	<b><u>315,835.00</u></b>
<b><u>COSTO DE VENTAS</u></b>		
MATERIA PRIMA	115,036.00	101,067.00
MANO DE OBRA	13,944.00	12,633.00
GASTOS INDIRECTOS	<u>76,690.00</u>	<u>66,325.00</u>
<b>TOTAL COSTO ESTÁNDAR</b>	<b><u>205,670.00</u></b>	<b><u>180,025.00</u></b>
VARIACIONES	<u>27,887.00</u>	<u>22,108.00</u>
<b>TOTAL COSTO DE VENTAS</b>	<b><u>233,557.00</u></b>	<b><u>202,133.00</u></b>
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b><u>115,036.00</u></b>	<b><u>113,702.00</u></b>
<b><u>GASTOS DE OPERACIÓN</u></b>		
GASTOS DE VENTA	41,831.00	34,742.00
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	<u>20,916.00</u>	<u>15,792.00</u>
<b>TOTAL GTOS. DE OPERACIÓN</b>	<b><u>62,747.00</u></b>	<b><u>50,534.00</u></b>
<b>UTILIDAD EN OPERACIÓN</b>	<b><u>52,289.00</u></b>	<b><u>63,168.00</u></b>
ISR Y PTU	<u>26,145.00</u>	<u>31,584.00</u>
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b><u>26,144.00</u></b>	<b><u>31,584.00</u></b>

### 3.4 ANÁLISIS DE FODAS

Es una herramienta que permite realizar un estudio rápido de la situación de cualquier empresa, considerando los factores externos e internos que la afectan y para poder encontrar la estrategia adecuada en el logro satisfactorio de las metas y objetivos que confieren a la empresa.

FODA significa fortaleza, oportunidades, debilidades y amenazas, en inglés se denomina SWOT, en otras lecturas se identifica como DOFA.

#### **FORTALEZAS**

Son los factores que se manejan o realizan correctamente en su área de influencia y producen los mejores resultados dentro de nuestra empresa y el producto

Puntos fuertes internos potenciales:

- Capacidades fundamentales en áreas clave
- Recursos financieros adecuados
- Buena imagen de los compradores

TESIS CON  
 FALLA DE ORIGEN

- Un reconocido líder en el mercado
- Estrategias de las áreas funcionales bien ideadas
- Acceso a economías de escala
- Propiedad de la tecnología
- Ventajas de costos
- Mejores campañas de publicidad
- Habilidades para la innovación de productos
- Mejor capacidad de fabricación

### **OPORTUNIDADES**

Situaciones potenciales favorables que se presentan fuera del área de influencia y que pueden aprovecharse para el buen desempeño del trabajo. Todos aquellos eventos del medio ambiente externo que de presentarse, facilitarían el logro de los objetivos.

Oportunidades externas potenciales:

- Atender a grupos adicionales de clientes
- Ingresar en nuevos mercados o segmentos
- Expandir la línea de productos para satisfacer una gama mayor de necesidades de los clientes
- Diversificar en productos relacionados
- Integración vertical (hacia delante o hacia atrás)
- Eliminación de barreras comerciales en mercados foráneos atractivos
- Complacencia entre las compañías rivales
- Crecimiento en el mercado más rápido

### **DEBILIDADES**

Factores que se manejan o realizan incorrectamente en su área de influencia y que presentan áreas de oportunidad donde se puede eficientar el trabajo.

Puntos débiles internos potenciales:

- Mala dirección estratégica clara
- Rentabilidad inferior al promedio por la mala administración del dinero
- Falta de algunas habilidades o capacidades clave
- Seguimiento deficiente al implantar la estrategia
- Abundancia de problemas operativos internos
- Línea de productos demasiado limitada

TESIS CON  
 FALLA DE ORIGEN

- Débil imagen en el mercado
- Débil red de distribución
- Habilidades de mercadotecnia por debajo del promedio
- Incapacidad de financiar los cambios necesarios en la estrategia
- Costos unitarios generales más altos en relación con los competidores clave

### **AMENAZAS**

Todos aquellos eventos (situaciones riesgosas) del medio ambiente externo que de presentarse, complicarían o evitarían el logro de los objetivos.

Amenazas externas potenciales:

- Entrada de competidores foráneos con costos menores
- Incremento en las ventas de productos sustitutos
- Crecimiento más lento en el mercado
- Cambios adversos en los tipos de cambio y las políticas comerciales de gobiernos extranjeros
- Requisitos reglamentarios costosos
- Vulnerabilidad a la recesión y ciclo empresarial
- Creciente poder de negociación de clientes o proveedores
- Cambio en las necesidades y gustos de los compradores
- Cambios demográficos adversos

### **3.5 DIMENSIÓN DEL POTENCIAL EXPORTADOR DE LA EMPRESA**

La exportación implica una ampliación en la capacidad productiva de las empresas, respaldada por expectativas de venta estables. Por razones de seguridad, de rentabilidad y de pleno empleo de los recursos productivos, sin pasar por alto las ventajas ofrecidas por el mercado externo.

La actividad exportadora “comienza con los estudios y análisis previos que luego permiten la formulación de estrategias comercializadoras que son necesarias para concretar ventas que resulten exitosas y permanezcan como tal en el tiempo.”<sup>21</sup>

Para estructurar una política de comercialización internacional se deberá responder a dos interrogantes: ¿Qué se puede exportar? ¿Cuánto podemos exportar?, analizados desde los aspectos tecnológicos (maquinaria disponible), financieros y económicos.

<sup>21</sup> LEDESMA, Carlos Alberto, op. cit., p 115

TESIS CON  
 FALLA DE ORIGEN

También es necesario analizar minuciosamente la capacidad real de producción con el equipamiento disponible al momento y no dejar de prever la alternativa relativamente cierta de su posible ampliación debido a una situación favorable en el mercado de destino.

Cabe destacar que lo único constante en la vida empresaria es el cambio. La mayoría de las veces los cambios son originados por circunstancias que actúan desde fuera del ámbito de la empresa, más que por aquellas que obran dentro de ésta.

La capacidad de producción está íntimamente ligada a la posibilidad de contar en forma habitual con esa producción ex profeso, hecha para ser exportada. Al detectar que existe capacidad insuficiente, el siguiente paso es analizar la causa de ello, lo que pudiese ser por insuficientes instalaciones, éstas mismas operadas debajo de su capacidad, falta de capital de trabajo, o bien, falta de insumos que hacen detener la producción en diversas ocasiones; esas causas deben ser estudiadas a profundidad para proponer soluciones realistas, mediante acciones como: proyectos de inversión, con o sin respaldo financiero preferencial, localización de fuentes de insumos más confiables, mejoras al proceso productivo, etc.

Las necesidades del mercado obligan a los cambios. Exportar significa un cambio. Por lo tanto, aquel empresario que se resista al cambio, no hace más que limitar sus perspectivas y el medio de sus oportunidades de crecimiento en otros mercados.

El exportador lleva a cabo 4 pasos:

- a) Análisis de Competitividad.- Contar con producto exportable.
- b) Prospección de Mercados Internacionales.- Determinar a donde exportar y como hacerlo.
- c) Gestión de Venta.- Presentar el producto o servicio, proponerlo, cotizar, convencer al posible cliente y formular contrato de exportación.
- d) Logística de exportación.- Embalaje, transporte, tramitación aduanal, seguros, y formas internacionales de pago.

El empresario debe hallarse convencido de la importancia y conveniencia de diversificar los mercados hacia el exterior; esto es, tener conciencia y aptitud exportadora.

"Debe esforzarse en ofrecer permanentemente lo que podríamos denominar las 5 "C" de la exportación."<sup>22</sup>

**COSTO:** Precios al más bajo costo posible para poder competir con la oferta internacional.

<sup>22</sup> MORENO, José María, Manual del Exportador, Editorial Ediciones Macchi, 4ª Ed, Buenos Aires, Argentina, 1993, p. 7.



**CALIDAD:** Además de ser superior bajo todo análisis debe ser uniforme en todos lo envíos, es decir, calidad siempre constante.

**CANTIDAD:** Se debe poder satisfacer todas las cantidades demandadas y no sólo parte de los pedidos.

**CONTINUIDAD:** Es necesario prever la existencia permanente de "stocks" y los pedidos han de ser satisfechos con la mayor celeridad. No deben provocarse "vacíos" en el aprovisionamiento del importador.

**CONDUCTA:** Involucra tres actitudes:

1.- Responsabilidad empresaria: Significa plena conciencia de la seriedad con que deben asumirse los compromisos que se tomen al concretar negocios con el exterior, para darles total y satisfactorio cumplimiento.

2.- Honestidad comercial: Significa proceder con la mayor buena fe e idoneidad en el cumplimiento de las obligaciones y los compromisos asumidos y en las interpretaciones y esperanzas con las que confía el importador.

3.- Vocación de servicio: Es estar dispuesto a encarar los negocios y compromisos con alto espíritu y buena predisposición para ofrecer las mejores posibilidades y satisfacer las necesidades del importador en condiciones, tiempo y forma. Jamás deben crearse problemas; si aparecen, hay que resolverlos, no transferirlos.

El empresario debe calcular correctamente los costos y precios de exportación, fijando éstos sobre bases técnicas y realistas, para conquistar clientes, ya que tanto los costos como los precios de venta no son los mismos que los del mercado interno.

Debe conocer el tratamiento aduanero-arancelario del producto en los países donde se proyecta exportar, en relación con aranceles, restricciones y cuotas de importación. Otro punto es que debe procurar tener una constante actualización de métodos, tecnología y procesos de producción para no verse superado por la competencia.

Para seleccionar y conquistar los mercados se pueden mencionar algunos casos como:

-De principio concentrarse en dos o a lo sumo tres mercados; no abarcar más de lo que inicialmente permitan las posibilidades financieras y/o productivas, por cuanto podrían diluirse los esfuerzos.

-Los mercados se conquistan a medida que se afianzan los negocios con el exterior y se adquiere experiencia; ésta hay que capitalizarla para aplicarla a los mercados siguientes, expandiendo las actividades de manera firme, sin apresuramientos ni improvisaciones.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

-No introducirse en mercados que tengan dificultades o complicaciones oficiales, como ser por ejemplo: problemas de transferencia de divisas, restricciones a la importación y cambios bruscos en la política de su comercio exterior.

-Introducirse en los países integrantes de la ALADI y conocer si el o los productos a exportar están negociados en esta Asociación, como asimismo si se hallan incluidos en las listas de los países otorgantes de los beneficios arancelarios adoptados por el SGP.

### 3.6 LA OFERTA EXPORTABLE

**Definición de oferta:** Es la cantidad de bienes de servicios que un productor esta dispuesto a mandar al mercado a los diferentes precios que en el opere.

La oferta, al igual que la demanda, es función de una serie de factores, como son los precios en el mercado del producto y los apoyos gubernamentales a la producción.

Se dan tres tipos de oferta:

**a)Oferta competitiva de mercado libre.** Es en la que los productores se encuentran en circunstancias de libre competencia, sobre todo debido a que son tal cantidad de productores del mismo artículo, que la participación en el mercado está determinada por la calidad, el precio y el servicio que se ofrecen al consumidor. También se caracteriza porque generalmente ningún productor domina el mercado.

**b)Oferta oligopólica (del griego: oligos, pocos).** Se caracteriza porque el mercado se encuentra dominado por sólo unos cuantos productores. El ejemplo clásico es el mercado de automóviles nuevos.

**c)Oferta monopólica.** Es en la que existe un solo productor del bien o servicio, y por tal motivo, domina totalmente el mercado imponiendo calidad, precio y cantidad. Un monopolista no es necesariamente productor único. Si el productor domina o posee más del 95% del mercado siempre impondrá precio y calidad.

El estudio Producto-Mercado es la investigación que se realiza, para que una empresa tenga la información necesaria para tomar la decisión si le conviene exportar a un determinado mercado extranjero, para uno o varios productos.

El mercado internacional es el proceso empresarial que provee el producto adecuado, en el lugar correcto, en el momento justo y a un precio conveniente. La investigación de mercado en sí misma, constituye un método bastante cierto de "mirar antes de saltar", pues en esta etapa, se determinan los mercados potenciales y se selecciona el más apto.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

Al planificar el trabajo de investigación, se deberá tener en claro el problema que originó la búsqueda, así como la clases de información requerida, la profundidad de la misma, la veracidad de la fuente de información y evitar todas aquellas distorsiones ideológicas que pueden afectar nuestra perspectiva de análisis.

La confiabilidad de la fuente de información avala en una gran parte los resultados del trabajo de investigación. "Las fuentes de todos los datos se agrupan en:"<sup>23</sup>

1.- Fuentes secundarias o de escritorio: Se trata de toda aquella información pre-impresa que distintos organismos públicos y privados tienen a disposición de los investigadores.

2.- Fuentes primarias o de relevamiento específico: Aquí la información busca satisfacer las inquietudes particulares no resueltas y los contactos se realizan directamente con residentes en el país de análisis.

"A continuación se presentan algunas estrategias que se deben considerar en cuanto al producto que se desee exportar:"<sup>24</sup>

- Variabilidad en la presentación del producto,
- Tamaño de la línea de productos, ésta se refiere al número y diversidad de productos que la empresa maneje,
- Flexibilidad en la elaboración del producto: Referida a su nivel de personalización o estandarización,
- Variabilidad con respecto a usos de producto, dependiendo del medio geográfico, clima, edad, cultura, evento o situación,
- Mejoras en el envase o empaque: Forma, tamaño, material, textura, etc.,
- Mejoras en embalaje,
- Mejoras en diseño gráfico: Formas, colores tipografía, imágenes, etc.
- Variabilidad de la calidad: Calidad única, calidades diversas en función al precio y al segmento del mercado, también la calidad con respecto al posicionamiento deseado del producto en el mercado, en función de niveles socioeconómicos y socioculturales de los consumidores,
- Estrategia con respecto a la durabilidad: Corta vida o pronta obsolescencia, durabilidad dentro del promedio y larga vida operativa del producto con escaso nivel de obsolescencia o posibilidad de actualización o escalamiento,

<sup>23</sup> LEDESMA Carlos Alberto, *ibid* p. 118.

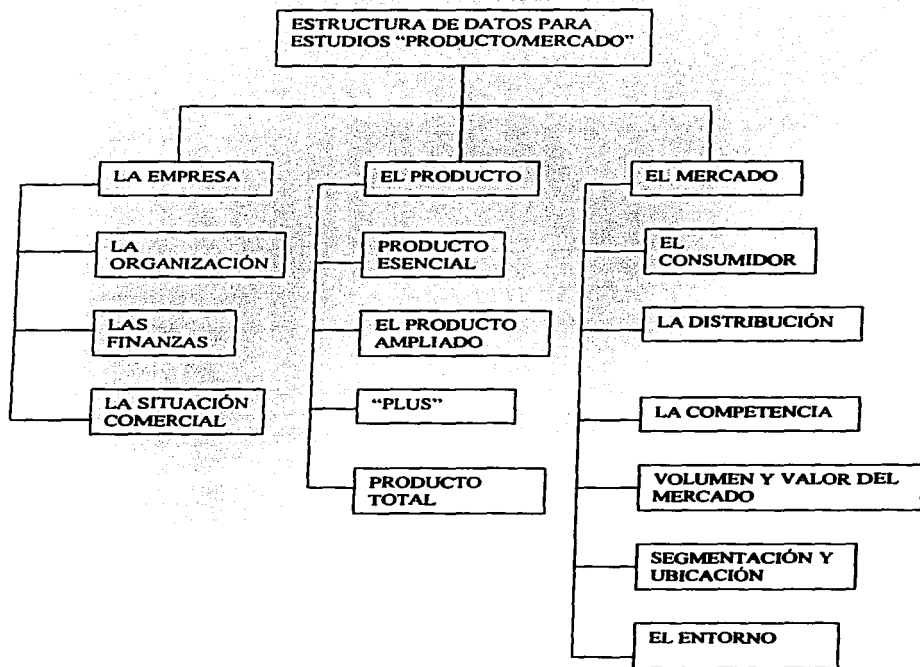
<sup>24</sup> LERMA Kirchner Alejandro, *ibidem*, p. 193

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

- Estrategia con respecto al diseño: Diseño tradicional, analizar su diseño creativo, vanguardista, novedoso e imaginativo,
- Estrategia con respecto a la tecnología del producto: Tecnología de punta, tecnología promedio o tecnología a la zaga,
- Estrategia con respecto a la seguridad del producto, referida al posible daño que su uso o manejo pueda causar al ser humano,
- Estrategia con respecto a la Ecología, con relación al cuidado del medio ambiente,
- Estrategia con respecto a Ergonomía y comodidad, dadas las características y dimensiones orgánicas del consumidor o usuario,
- Estrategias de marca, con respecto al nombre que habrá de servir de identificación del producto, ya sea a través de la marca propia, marca del distribuidor o la de un tercero con derecho al uso y explotación de un nombre adecuadamente posicionado en el mercado, o bien, manejar el producto sin marca que lo relacione con el productor, distribuidor o empresa reconocida.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN





**FUENTE: LIBRO: COMERCIO INTERNACIONAL.  
AUTOR: ALEJANDRO LERMA KIRCIENER. PAG. 104.**

**TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN**

#### **4. ELABORACIÓN DEL PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPORTACIÓN DE TEQUILA A LOS ANGELES, CALIFORNIA**

En este capítulo se planteará cada uno de los pasos a seguir para poder exportar el tequila a Los Angeles, California; incluye la misión, visión, objetivo, posición financiera de la empresa; la forma de organización de la misma; el proceso productivo que requiere el tequila y el análisis de FODAS de la empresa.

Otra cosa que interesa es su potencial exportador, cuanto es lo que puede producir y así tener una oferta exportable suficiente, ya que va a depender de la cantidad y calidad del producto que ofrezca para aprovechar las oportunidades de exportación.

La competitividad de la empresa es el poner a la empresa en comparación con las otras empresas de renombre y con alto nivel de venta, para ver que tantas diferencias hay para seguir buscando nuevos proyectos que la ayuden a enfrentar la competencia.

Algo que le favorece mucho es que se tiene el TLCAN, el cual tiene un respaldo sumamente importante para los productos que se exportan a EE.UU. La fracción arancelaria no tiene problemas ya que se maneja la misma en cualquier parte del mundo, simplemente agregando dos dígitos más para el reconocimiento de su contenido y país.

Los canales de comercialización que se tienen que utilizar son los que más convengan al exportador, ya que tiene que tomar en cuenta todas las posibles soluciones rápidas y sin mayor costo, pero eso dependerá de las dos partes que se pongan de acuerdo para su forma de exportación. Pero sobre esto viene influyendo el incoterm que se utilice para que el producto llegue a su destino. La distribución que se maneje dependerá del cliente con el que se cuente.

Su forma de entrar en contacto con los clientes es por medio de ferias y exposiciones internacionales que se realizan en ciertas fechas en diferentes países, además de contar con publicidad de internet.

El precio que se utilizará dependerá mucho de las condiciones de mercado y de todos los gastos y costos involucrados.

Los documentos y trámites aduaneros son los que tiene que usar el agente aduanal para que se haga cargo sin que el exportador tenga algún problema, pero todo bajo órdenes del exportador.

El modo del pago dependerá de la confianza que tenga el exportador sobre el importador, aparte del acuerdo a que lleguen para facilitar las operaciones y del punto en que se definan las obligaciones de los dos.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

## **4.1. ANÁLISIS ESTRATÉGICO DE LA EMPRESA Y DETERMINACIÓN DEL PRODUCTO A EXPORTAR**

### **4.1.1. ORIGEN**

Industrializadora de Agave Jalisco Real, S.A. de C.V. fundado en 1985, como una empresa productora y comercializadora de tequila de alta calidad. Se consolida como el principal productor, en términos de volumen, ventas y distribuidor de tequila en su Estado.

La empresa es iniciativa de dos socios inversionistas con experiencia en el ramo tequilero, sin embargo, su campo esta especializado en la importación y exportación de tequila, pero ahora se llevará a cabo una serie de proyectos basados en la exportación a otros países que no se había mantenido algún contacto a nivel internacional.

Industrializadora de Agave Jalisco Real, S.A. de C.V., con domicilio fiscal en Av. Mariano Otero 773, Del. Fresno, C.P. 44900, Guadalajara, Jalisco, México. Tel. (33) 38808103 Fax. (33)38808139 con R.F.C. IAJ-850520-D12, empresa que exporta su producto a Los Angeles California.

### **4.1.2. MISIÓN**

Es una compañía tequilera de gran competitividad en México, cuya misión es producir y comercializar nacional e internacionalmente, tequila de excelente calidad, a un precio justo y competitivo, comprometiéndose a preservar el medio ambiente en todo su entorno, colaborando con su comunidad creando fuentes de empleo y posicionándose en el mercado interno y externo como una empresa líder en la producción de tequila 100% agave.

Consideramos a nuestros consumidores y clientes, como la parte más importante de la empresa y por ello, aceptamos con gusto el compromiso de ofrecerles el mejor tequila.

### **4.1.3. VISIÓN**

Ser el tequila mexicano de más éxito en el mundo antes de que concluya la primera década del siglo XXI, además de estar en la constante innovación del producto para mejorar su calidad, presentación y precio, haciendo que los clientes queden satisfechos; estimular y desarrollar al personal que trabaja en la empresa, ya que gracias a él se tienen resultados óptimos que hacen que el producto se mantenga en los primeros lugares.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

#### 4.1.4. FINANZAS

La compañía cuenta con un capital social de \$700,000.00 en M.N.

A continuación se describirán las razones financieras con datos que se obtienen del Estado de Resultados y del Balance General: (Anexo II y III.)

\*Solvencia:  $\frac{\text{Activo Circulante}}{\text{Pasivo Circulante}} = \frac{1,996,663}{940,982} = 2.12$

Activo Circulante 1,996,663  
Pasivo Circulante 940,982

**INTERPRETACIÓN:** En esta razón financiera indica el número de pesos de activo circulante, por cada peso de pasivo circulante, muestra la capacidad de pago del negocio. Es solvente ya que en función de un resultado estable se pide 2, con un criterio de entre mayor mejor, y se concluye que la empresa es solvente.

\*Prueba del Ácido:  $\frac{\text{Activo Circulante} - \text{Inventarios}}{\text{Pasivo Circulante}} = \frac{1,996,663 - 1,091,200}{940,982} = 0.96$

Activo Circulante 1,996,663  
Inventarios 1,091,200  
Pasivo Circulante 940,982

**INTERPRETACIÓN:** Representa los centavos disponibles que hay en caja y bancos, en la cuenta de clientes, por cada centavo de obligaciones a corto plazo. Por lo tanto confirmamos que la empresa tiene liquidez, ya que cuenta con 0.96 centavos por cada peso por cada peso de deuda a corto plazo.

\*Rotación de Inventarios:  $= \frac{\text{Costo de ventas}}{\text{Inventarios}} = \frac{3,800,900}{1,091,200} = 3.48$

Costo de ventas 3,800,900  
Inventarios 1,091,200

**INTERPRETACIÓN:** Proporciona el número de veces que se vende el promedio de inventarios en relación al costo de ventas. Entre mayor sea el resultado de la razón financiera, mejor será la labor de ventas. La política creciente en cada periodo que se aplica es de 2. Entonces se concluye que es estable.

\*Rendimiento de la Inversión:  $\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Activos Totales}} = \frac{1,009,929}{4,622,384} = 0.22$

Utilidad Neta 1,009,929  
Activos Totales 4,622,384

**INTERPRETACIÓN:** Determina la efectividad de la administración para producir utilidades con los activos disponibles, es decir, cuántos pesos de utilidad neta hay por cada peso invertido en la empresa. Y su política es de un 20%. La empresa es estable y rentable.

\*Capital Neto de Trabajo = Activo Circulante - Pasivo Circulante

1,996,663 - 940,982 = 1,055,681

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

**INTERPRETACIÓN:** Hace posible la oportunidad de negocios, mantiene el crédito de la empresa, facilita el cumplimiento de compromisos financieros, suaviza las crisis económicas generales. Es el capital con el que cuenta libre para trabajar y sin tener ningún problema.

$$\text{*Razón de Pasivo-Capital (RCP) = } \frac{\text{Pasivo a Largo Plazo}}{\text{Capital Contable}} = \frac{180,311}{3,501,091} = 0.05$$

**INTERPRETACIÓN:** Proporciona el número de pesos de pasivo a largo plazo, por cada peso de capital contable. Entre menor sea el resultado de la razón financiera, menor será el nivel de endeudamiento a largo plazo presentado. En este caso se desea tener una relación menor a 0.20% de pasivos. Se concluye que es el tiempo en el que se puede llegar a recuperar la inversión.

#### 4.1.5. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

La estructura organizacional por niveles jerárquicos de Industrializadora de Agave Jalisco Real, S.A. de C.V., cuenta con 130 personas distribuidas en toda la planta (35 personas en el área administrativa, 90 en el área de producción y 5 en el área de limpieza) y es la siguiente presentada en el Anexo I.

**Consejo de Administración.** Está integrado por la Asamblea de Accionistas.

**Director General.** El Director, Ing. Luis Gómez Zepeda, deberá planear, dirigir, controlar y evaluar las actividades de todos los demás departamentos de la organización, guardando un vínculo estrecho con la empresa.

**Gerente Administrativo.** C.P. Ricardo Linares Ortega. Lleva un control de gastos, contratación y seguimiento al personal, supervisa al departamento de contabilidad, haciendo un buen funcionamiento a los requerimientos legales, laborales y hacendarios.

**Gerente de Ventas.** Esta persona debe estar orientada a otorgar servicio permanente a los clientes, dar una atención personalizada con espíritu de servicio y seguimiento de las ventas establecidas, buscar estrategias de apertura de mercado, promociones, asistencia a ferias especializadas, etc. Deberá supervisar a vendedores, así como guardar un estrecho vínculo con las jefaturas de producción y de almacén.

**Gerente de Producción.** Esta persona esta encargada de que el proceso de producción se realice eficientemente, así como estar al pendiente del mantenimiento de la maquinaria y supervisar la calidad del producto.

**Gerente de Contabilidad.** El C.P. Alfredo Fuentes Diaz. Conoce a fondo la legislación en materia fiscal y a las autoridades, asumiendo la responsabilidad ante ellas. Adicionalmente tiene

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

experiencia en las áreas de tráfico y logística, de comercio internacional, haciéndose responsable de estas actividades.

**Gerente de Almacén.** Laura Estrada Bautista, tiene como principal tarea la de mantener un control permanente sobre los inventarios en todo momento haciendo las órdenes de compra necesarias para contar con el inventario deseable en coordinación con el área de ventas, supervisión de calidad del producto, empaque y maniobras de embarque, así como la puntualidad de los embarques.

#### **4.1.6. PROCESO PRODUCTIVO**

El tequila se obtiene de la transformación del corazón del Agave Tequilana Weber Azul. En la siembra del agave, son utilizados los retoños que nacen al pie del maguey, los cuales son separados de la planta y sembrados en los surcos.

El agave es aprovechado cuando alcanza su madurez, (ente 7 y 10 años), poco antes de la floración. El proceso de elaboración consiste en lo siguiente:

-Las piñas seleccionadas son transportadas a la fábrica donde son seccionadas en dos o cuatro partes según el tamaño.

-Se pasan al proceso de cocimiento, en el que debido a la presión y penetración del vapor en la piña, se transforman los almidones en azúcares.

-Las piñas cocidas son desmenuzadas y pasadas por molinos en donde se extrae el jugo azucarado.

-Posteriormente, se bombea el jugo a las tinas de fermentación junto con levaduras seleccionadas encargadas de la transformación de los azúcares del jugo en alcohol.

-El jugo fermentado se destila 2 veces en alambiques de acero inoxidable o cobre.

-El producto que se obtiene de la segunda destilación se denomina "Tequila".

Existen 4 variedades de Tequila: tequila blanco, tequila joven, tequila añejo y tequila reposado.

Pero el que se va a exportar es el **tequila reposado**.

**El tequila reposado.-** Producto que se deja por lo menos 2 meses en recipientes de madera de roble o encino, susceptible de ser abocado y ajustado con agua de dilución a su graduación comercial.

Asimismo, el tequila se clasifica en:

**100% de agave.-** Proviene de mostos que única y exclusivamente contienen azúcares provenientes de los "Agaves Tequilana Weber, Variedad Azul".

TRIS CON  
FALLA DE ORIGEN

**Tequila.-** Es aquel que proviene de los mostos a los que se les han adicionado hasta un 49% de otros azúcares ajenos al "Agave Tequilana Weber, Variedad Azul".

#### **4.1.7. ANÁLISIS DE FODAS**

##### **FORTALEZAS**

- Contar con un amplio abastecimiento del material para su proceso
- Ser uno de los líderes de la producción de tequila
- Tener contactos ya específicos en cuanto a los clientes extranjeros
- Alta tecnología en la fabricación del tequila
- Conocimiento del mercado
- Conocimiento de los diferentes segmentos que componen el mercado del tequila
- Innovación de la tecnología para mejorar el producto de la empresa

##### **DEBILIDADES**

- Falta de refuerzos en el punto de venta
- Falta de apoyo a nuevas formas de mercadotecnia y pobre utilización de nuevas tecnologías (Internet)

##### **OPORTUNIDADES**

- Mercadeo internacional en crecimiento
- Acceso a nuevos mercados y aranceles bajos por los TLC'S firmados por México
- Dar a conocer más su producto a otros países y hacerlo más exportable
- Encontrar canales de comercialización adecuados para su colocación en el mercado

##### **AMENAZAS**

- Nuevos productores de tequila
- Piratería de marcas en otros países
- Cambios en la conducta del consumidor hacia la preferencia por otras bebidas alcohólicas
- La competencia ofrezca precios más bajos en el mercado

#### **4.1.8. OFERTA EXPORTABLE**

Su dimensión del potencial para exportar depende en gran parte de dos factores. En este caso el total de su capacidad instalada de la planta es de **4,000 litros mensuales**.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

Actualmente produce para exportar a otro mercado **2,400 litros mensuales**, lo que representa el 60% de su capacidad instalada. Por lo tanto, su oferta exportable son **819 litros mensuales** y con ello podría cubrir las necesidades requeridas para el mercado de California, que es el objetivo de este plan de negocios.

En esta organización se cuenta con un solo horario de trabajo:

TURNO	HORARIO	DÍAS DE LA SEMANA
MATUTINO	8:00 HRS-17:00 HRS	LUNES A VIERNES

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

El tequila hasta hace unos años, era considerado una bebida para las clases populares y demandado por gente en edad adulta. Hoy en día, se considera una bebida comercial y aceptable en todos los gustos dentro de la población, de cualquier nivel socio-económico y principalmente entre los de edad joven, además de tener gran aceptación en el mercado internacional.

El tequila, en el ámbito internacional ha sido reconocido como una bebida típica mexicana, razón por la cual ha sido protegido con la denominación de origen: nombre geográfico de la región, comarca o localidad donde se elaboran productos (ya sean vinos u otros alimentos) que por sus características meritorias y específicas se diferencian claramente de las demás.

Esta empresa tiene como mercado meta a la ciudad de Los Angeles, en el estado norteamericano de California y cuyas características generales se describen en la siguiente tabla:

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN



**Tabla 3.1 Mercado Meta**

Datos poblacionales	Condado de Los Angeles	Estado de California
Población (estimada a 2001)	9,329,989	33,145,121
Porcentaje de cambio poblacional (estimado 2000-2001)	5.3%	1.2%
Población masculina (estimada a 2001)	4,566,727	16,322,535
Población femenina (estimada a 2001)	4,646,806	16,344,015
Población menor a los 18 años (estimada a 2001)	27.3%	27.3%
Población igual o mayor a los 65 años (estimada a 2001)	10.4%	11.1%
Población blanca (estimada a 2001)	74.8%	79.5%
Población negra (estimada a 2001)	11.3%	7.5%
Población asiática (estimada a 2001)	13.3%	12.1%
Población india americana, eskimal o aleutiana (estimada a 2001)	0.6%	0.1%
Población hispanica (estimada a 2001)	43.7%	31.0%
Población blanca no hispanica (estimada a 2001)	33.8%	50.5%
Ingreso medio por familia (2001)	\$33,828 USD	\$36,767 USD
<b>Datos de negocios</b>		
Establecimientos privados o granjeros	218,878	766,009
Empleo privado no granjero	3,588,831	11,565,015
Ventas al menudeo (2001) (\$1000 USD)	69,534,164	263,118,346
Ventas al menudeo per capita	\$7,619 USD	\$8,167 USD
<b>Datos geográficos</b>		
Superficie	10,511km2	403,796 km2
Habitantes por km2	888	82

**Fuente: U.S. Census Bureau: State and Country QuickFacts**

El mercado meta de este producto está compuesto, principalmente, por la población hispana, la cuál por razones étnicas es la mayor consumidora de este producto. El principal mercado con esas características está representado por el área metropolitana de Los Angeles, el cual es el de mayor importancia en el grupo hispano de los Estados Unidos de Norteamérica.

El 34% de la población total cuenta con un poder de compra de mas de 45 billones de dólares; según datos del Bancomext, los hispanos gastan el 57% de esta cantidad en compras al detalle. Para hispanos el sector Alimentos y Bebidas representa el lugar numero 1 dentro de su gasto, con compras alrededor de 5,698 millones de dólares. Los expertos de alimentos ocupan el segundo lugar y representan compras para este segmento poblacional por más de 3,000 millones de dólares, cifra relativa a Los Angeles.

La población total de Estados Unidos de América es de aproximadamente de 276 millones y el 85% del total son segmentos que han incrementado su consumo de alimentos de estilo mexicano, por lo que se detecta un mercado potencial de 234.6 millones de habitantes.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

En la compleja relación política, económica y social entre México y los Estados Unidos de América, uno de los elementos de mayor trascendencia lo constituye el hecho de que hoy en día, viven en esa nación alrededor de 9 millones de personas de origen mexicano, cifra que no incluye a cerca de 11 millones de personas de nacionalidad estadounidense pero de padres mexicanos, que cada vez en mayor medida, presentan intereses de acercamiento a México, su país de origen.

Al igual que el resto de los grupos étnicos procedentes de naciones de habla hispana, el grupo mexicano se considera "hispano", e integrando las cifras antes señaladas constituye el 70% del total de hispanos que habita en Estados Unidos de América.

El grupo hispano en EUA representa para México una excelente oportunidad para establecer relaciones comerciales, tanto por sus dimensiones como por sus características de consumo. La comunidad hispana ha logrado penetrar con éxito prácticamente todos los ámbitos de la vida en Estados Unidos de América, lo que es patente en la fuerza política y logros económicos alcanzados.

En el mercado estadounidense existe una gran variedad de bebidas alcohólicas, sin embargo, nuestro producto está dirigido a un segmento muy particular de mercado, por lo que el análisis de competencia se realiza entre los productores y exportadores de este mismo producto. En seguida se presentan a los principales competidores tequileros.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

**PRINCIPALES COMPETIDORES TEQUILEROS**

<b>Tequila de Lujo</b>	<b>Importador</b>
Chinaco Añejo	Robert Denton & Co. Ltd, Bimminham, Mi.
Porfino Añejo	American negocients Co., Austin, Texas
El Patrón Añejo	St. Maarten Spirit Co, Los Angeles, California
El Patrón Silver	St. Maarten Spirit Co, Los Angeles, California
Tres Generaciones	Domeco Importers, Greenwich, Ct.
<b>Tequilas Finos</b>	
Herradura Añejo	Tequila Herradura Usal, New York, Ny.
Herradura Gold	Tequila Herradura Usal, New York, Ny.
Herradura Silver	Tequila Herradura Usal, New York, Ny.
Centinela Añejo	El Dorado Importers, Sta. Rosa, Nm.
Centinela Blanco	El Dorado Importers, Sta. Rosa, Nm.
El tesoro Añejo	Robert Denton & Co. Ltd, Bimminham, Mi.
El tesoro Plata	Robert Denton & Co. Ltd, Bimminham, Mi.
Real Hacienda Añejo	Mina Internacional Services, Phoenix, Az.
Viuda de Romero	Mina Internacional Services, Phoenix, Az.
El Viejito Añejo	Patemo Import Ltd, Chicago, Il
El Viejito Blanco	Patemo Import Ltd, Chicago, Il
Dos Reales Añejo	The Dos Reales Co., Hartford, Ct.
Dos Reales Plata	The Dos Reales Co., Hartford, Ct.
Husong's	McCormick Distiling Co., Weston, Mo.
<b>Tequilas de Producción</b>	
José Cuervo Tradicional	Hublein Inc. Harford, Ct.
José Cuervo 1800	Hublein Inc. Harford, Ct.
José Cuervo Especial	Hublein Inc. Harford, Ct.
José Cuervo	Hublein Inc. Harford, Ct.
Sauza Tequila Especial	Domeco Importers, Greenwich, Ct.
Sauza conmemorativo	Domeco Importers, Greenwich, Ct.
Sauza Homitos	Domeco Importers, Greenwich, Ct.
Two Fingers	Hiram Walker & Sons, Farmington Hills, Mi.
Juárez Añejo	Tequila Jalisco, St. Louis, Mo.
<b>Tequilas Económicas</b>	
Arandas	Mainstone Importers, Los Angeles, Cal.
Baja	Distillers Products Ltd, San José, Cal.
Ralph's	Rgc Ltd, Los Angeles, Cal.
El Toro	Fleishman Distilling Co, Louisville
Camino Real	Martini & Rossi (Shaw-Ross) Miami, Fl.
Black Death	Cabo Distributing Co. Los Angeles, Cal.
Los Cabos Agave Especial	Los Cabos Co, San José, Cal.

Fuente: Cámara Nacional De la Industria Tequilera

**TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN**

#### **4.2.1. PREFERENCIA ARANCELARIA**

En el contexto del TLCAN se ratifica su eliminación a partir del 1° de enero de 1994 y el reconocimiento al tequila como bebida con denominación de origen. Es importante mencionar que dentro de éste tratado, México recibe el trato de nación más favorecida, estipulándose un gravamen de 0-cero- al tequila, es decir se encuentra exento del pago de la misma.

#### **4.2.2. FRACCIÓN ARANCELARIA**

La clasificación arancelaria de acuerdo al TIGE y SADCM contenida en el capítulo XXII referente a las "Bebidas, líquidos alcohólicos y vinagre". Específicamente, el código es 22.08., "Alcohol etílico sin desnaturalizar con grado alcohólico volumétrico inferior a 80% vol; aguardientes, licores y demás bebidas espirituosas", subclasificado "Los demás-Tequilas", **22.08.90.03.**

#### **4.2.3. REGULACIONES NO ARANCELARIAS**

Las leyes y regulaciones que se contienen bajo el "Acta de la Administración Federal de Alcohol" establecen reglas sobre el etiquetado, prácticas y competencias desleales, penalidades y responsabilidades, permisos que se requieren, embotellado y envasado, autoridades involucradas, estándares de calidad, reglas de origen y otra información general.

La Importing Alcoholic Beverages Into the United States. Guidelines and General Information, contiene los domicilios y teléfonos de la oficina del Buró del Tabaco, Alcohol y Armas de Fuego (BATF) y de la oficina encargada para el efecto en Estado de California; documentos y pruebas que se tiene que aportar para la introducción de bebidas alcohólicas a este país, impuestos que se causan y previsiones sobre asuntos relacionados con la salud.

Condiciones generales para el acceso al mercado. Los factores clave para la importación de bebidas alcohólicas son:

- \*Permiso del BAFT.
- \*Cumplir con los reglamentaciones federales, estatales y municipales.
- \*El pago al entrar a los impuestos federales indirectos; etiqueta de franja requerida para las bebidas destiladas.
- \*Certificados de los diversos estándares requeridos al internar el producto.
- \*Requisitos extensivos al etiquetado, incluyendo la pre-aprobación del BAFT.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

El equipo con que cuenta la empresa es aprobado por el Consejo Regulador y la Cámara de la Industria Tequilera para la producción y desarrollo del tequila.

Existe una norma oficial mexicana regulada por la SECON, cuyo objetivo es establecer las características que debe cumplir la bebida denominada Tequila. Actualmente la norma, que se encuentra en vigencia, es la "NORMA Oficial Mexicana NOM-006-SCFI-1994, Bebidas Alcohólicas-Tequila-Especificaciones."

Lo fundamental en esta norma, es que se incluye la supervisión a los productores desde la materia prima (plantaciones de agave) para la elaboración del tequila con el objeto de identificar adulteraciones, considerando un balance de materiales. En general, la norma especifica las características físico-químicas que debe cumplir el tequila de acuerdo a su tipo (blanco, joven, reposado o añejo). Además de describir el plan de muestreo tanto para el producto a granel como del envasado que deberá ser aprobado y supervisado por la Dirección General de Normas.

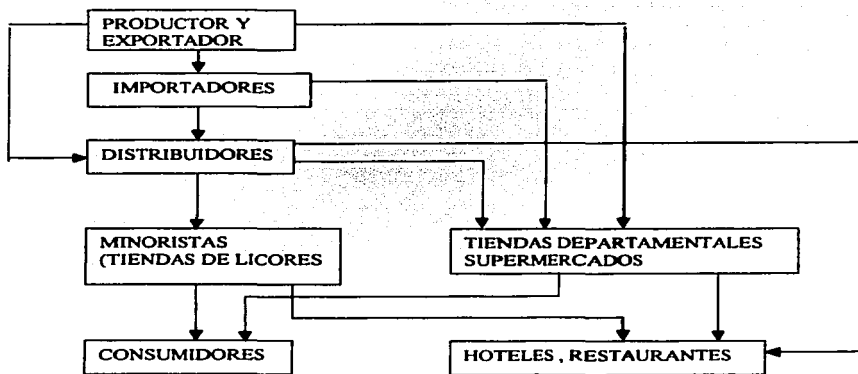
Para el mercado internacional se puede sustituir la clasificación anterior por la siguiente.

- 1.- Tequila "Silver" en lugar de Tequila blanco.
- 2.- Tequila "Gold" en lugar de Tequila joven u oro.
- 3.- Tequila "Aged" en lugar de Tequila reposado.
- 4.- Tequila "Extra-aged" en lugar de Tequila añejo.

#### **4.3. CANALES DE COMERCIALIZACIÓN EN EL MERCADO META**

El método más adecuado para comercializar va a depender del tipo de producto, de las características del mercado, de los consumidores a los que se esta dirigiendo y también de los recursos con los que cuenta la empresa para financiar los costos que se deriven de la exportación. Nuestro producto de exportación se distribuirá a Los Angeles, California, a través de un Distribuidor; que este a su vez es nuestro cliente extranjero; la forma de distribución es la siguiente:

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN



**EL CANAL DE COMERCIALIZACION: "INDUSTRIALIZADORA DE AGAVE JALISCO REAL S.A. DE C.V.**

Los detallistas de nuestro distribuidor le solicitan productos al mismo y así nosotros le surtimos en base a la demanda que vaya teniendo del producto aparte de que ya se tienen programados los días en que se le surte mercancía.

Otra forma de exportar nuestro producto es en base al comercio electrónico que actualmente ha tenido mucho éxito, ya que es una forma más fácil de contactarse con los vendedores, pero también es una forma muy arriesgada de hacer negocios, ya que tiene sus desventajas por la manera de manejar el tipo de pago.

Pero también su producto se puede comercializar por medio de ferias que se dan en varios puntos de la república donde se promocionan los tequilas más cotizados a nivel internacional.

#### **4.4. LOS INCOTERMS Y EL PRECIO DE EXPORTACIÓN**

El precio es uno de los puntos más importantes a tratar porque esto nos ayudará a saber que tan competitivo es nuestro producto en el mercado internacional y tomar en cuenta que nuestro producto permanezca a un nivel aceptable en comparación con la competencia.

Para determinar el precio de exportación se deben considerar dos variables que son:

-La situación del mercado por un lado,

-Los costos de producción y comercialización externa.

Los costos juegan un papel muy importante en el proceso para la toma de decisiones, donde se determina el precio del producto de exportación, pero cuando se acuerda con el importador, en lo que va a quedar realmente ya viene siendo la cotización.

El método de cotización a utilizar para vender tequila por botella se basará en los costos (costing), que incluye todas las erogaciones hasta llegar a un punto de entrega/recepción convenida con el importador.

El precio convenido con el importador y según los términos de precio DAF Tijuana, B.C. es de 17.71 dls. Por botella de 750 ml cada una.

### DETERMINACIÓN DEL PRECIO BASE

Las unidades que se producen por mes son 3,200 botellas de 750 ml, por lo tanto los costos están considerados en base al volumen de producción mensual.

COSTOS FIJOS MENSUALES							
CONCEPTO	ACTIVO FIJO		DEPREC.	AGUA	MOD	MOI	TOTAL
	VALOR HISTÓRICO	% DE DEP Y AMORT					
MOLINO	\$ 25,000.00	5%	\$ 95.00				\$ 95.00
HORNOS	\$ 12,000.00	5%	\$ 52.00				\$ 52.00
MAQ. DE ENVASADO	\$ 650,900.00	5%	\$ 2,900.00				\$ 2,900.00
EQ. DE RIEGO	\$ 1,450,000.00	25%	\$ 24,000.00				\$ 24,000.00
EQ. DE TRANSP.	\$ 2,300,000.00	25%	\$ 46,380.00				\$ 46,380.00
MOB. Y EQ. DE OFIC	\$ 35,000.00	10%	\$ 273.00				\$ 273.00
EQ. DE COMPUTO	\$ 44,000.00	30%	\$ 1,140.00				\$ 1,140.00
AMORTIZACIONES MENSUAL		5%	\$ 160.00	\$ 32,000.00			\$ 32,000.00
SUELDO OBREROS Y CAMPESINOS					\$ 160,000.00		\$ 160,000.00
SUELDO ADVOS						\$ 83,600.00	\$ 83,600.00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 4,517,900.00</b>		<b>\$ 75,000.00</b>	<b>\$ 32,000.00</b>	<b>\$ 160,000.00</b>	<b>\$ 83,600.00</b>	<b>\$ 350,600.00</b>

TESIS CON  
 FALLA DE ORIGEN

COSTOS VARIABLES		
Concepto	Cto. Var. Mens.	Cto. Var. Por Unid.
Madera	14,000.00	4.20
Gas	10,000.00	3.22
Envases	8,700.00	2.90
Cajas	2,300.00	0.95
Luz	13,000.00	4.20
<b>Total</b>	<b>48,000.00</b>	<b>15.47</b>

#### Determinación del Precio de Venta

COSTOS FIJOS	\$350,600.00
(MAS) COSTOS VARIABLES	\$ 48,000.00
(IGUAL) COSTO TOTAL	\$398,600.00
(ENTRE) UDS. PRODUCIDAS	3,200
(IGUAL) CTO. VTA. UNIT.	\$ 124.56
% DE UTILIDAD	38 %
(IGUAL) PRECIO DE VTA. UNIT.	\$ 171.89

#### VENTAS MENSUALES:

PRECIO DE VTA.	\$ 171.89
UDS. PRODUC.	3,200
VTAS. TOT. MENS.	\$550,048.00

Determinación del Punto de Equilibrio se muestra en el Anexo IX.

$$PE = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{V}} = \frac{350,600.00}{1 - \frac{48,000.00}{550,048.00}} = \frac{350,600.00}{0.91} = 385,274.73$$

Entonces:

385,274.73 = 2,241.40 unidades se tienen que vender para no tener pérdida  
171.89 ni ganancia.

Unidades que se necesitan vender 2,241.40  
Costo variable por unidad 15.47  
Costos Variables 34,674.46

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN



**Determinación del Precio de Exportación:**

Precio de venta unitario	\$	171.89
(X) Botellas de 750 ml		1,092
(=) Precio de venta base total	\$	\$187,704.00

**Gastos de Exportación por 1,500 botellas:**

CONCEPTO	IMPORTE
DTA	\$ 609.00
MANIOBRAS	\$ 2,330.00
TRANSPORTE Y SEGURO	\$ 6,000.00
HONORARIOS DEL AGENTE ADUANAL	\$ 4,160.00
SERV. COMPLEM. DEL AGENTE ADUANAL	\$ 4,160.00
PAPELERÍA(PÉDIMENTO, VALIDACIÓN, REGISTROS, TOMAS DE NOTA, TEL.,FAX)	\$ 1,165.00
TOTAL DE GASTOS	\$ 18,424.00
TOTAL DE PRECIO BASE + GTOS. ADUANALES	\$206,128.00
ENTRE UNID. PROD. P/EXPORT.	1,092
PRECIO DE VENTA DE EXPORTACIÓN	\$ 188.76

El precio en moneda nacional es de \$188.76 = 18.15 dls por botella de 750 ml.

T.C. estimado utilizado para la operación es de \$10.40 = 1 dólar.

El precio establecido es de 19,820 dls. Por 91 cajas con 1,092 botellas. Se ha llegado a una cotización con el cliente; en la cual se ha elegido el INCOTERM 2000 DAF = Delivered at Frontier (Entrega en Frontera); con este concepto se especifica que el vendedor (exportador) entrega la mercancía en la frontera terrestre y es el encargado del despacho aduanal de exportación, pero no el de importación; el punto acordado de entrega es la Aduana de Tijuana, B.C. El transporte corre por cuenta de la transportadora con la que ya se lleva varios años de experiencia, cuenta con seguro y son de mucha confianza, por lo que nunca se han tenido problemas de ningún tipo y los viajes han sido todo un éxito.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

#### **4.5. LOS DOCUMENTOS Y TRÁMITES PARA LA EXPORTACIÓN DE TEQUILA A LOS ANGELES, CALIFORNIA**

Se debe de tomar muy en cuenta que el exportador tiene una gran responsabilidad vendiendo su producto al extranjero, por lo mismo requiere garantizar con documentos que respalden su producto, su tránsito legal por la aduana del país de origen y la del importador. Por eso mismo se debe dar una descripción detallada del producto, envase y embalaje para que no se tenga ningún problema la empresa que lo va a transportar, así como de la aseguradora que en este caso no se necesitara.

La documentación que se le entregará al Agente Aduanal para que realice el despacho aduanero de exportación por nuestra cuenta.

**\*Factura comercial.-** Esta debe presentarse en original y seis copias con firma autógrafa, en español o en inglés.

**\*Lista de Empaque.-** Es un documento que permite al exportador, al transportista, a la compañía de seguros, a la aduana y al comprador, identificar el tipo de mercancías y saber que respalda cada caja o bulto que deberá tener lo mismo que lo que dice la factura. La elabora el exportador en original y seis copias, se utiliza como complemento a la factura comercial y se entrega al transportista.

**\*Documento de Transporte (Carta Porte).-** Es un título de consignación expedido por la compañía transportista en original y seis copias en la que se indica la mercancía ha sido llevada a un destino determinado.

**\*Certificado de Origen.-** Es un documento oficial mediante el cual el exportador de un bien o una autoridad certifica que es originario del país por haber cumplido con ciertas reglas de origen establecidas.

**\*Pedimento de Exportación.-** Es un documento oficial aprobado por la SHCP ante la aduana correspondiente, y esto por medio de un agente aduanal que se encarga de todo.

Estos documentos se presentan en la sección de anexos.

#### **4.6. LOGÍSTICA EN LA EXPORTACIÓN DE TEQUILA A LOS ANGELES, CALIFORNIA**

La permanencia del producto en el mercado depende de la actualización novedosa del diseño, la calidad de presentación y del tipo de material con el que esta hecho el envase.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

**El envase** es una de las formas de llamar la atención del cliente, así como su confianza del consumidor, ya que es el envoltente que se encuentra en contacto directo con el producto para proteger sus características físicas y químicas.

Los productos se presentan en envases de  $\frac{3}{4}$  lt, los cuales representan las siguientes características: su fabricación es artesanal de vidrio soplado, con forma cilíndrica, en una de sus caras presentan la etiqueta en español y otra de su caras en idioma inglés.

El vidrio presenta las siguientes ventajas: Estabilidad química, 100% impermeable, esterilidad, refractante, aprobado por la FDA y presentación de calidad.

La botella tiene la información siguiente:

- \*La palabra "Tequila",
- \*Denominación de venta,
- \*Ingredientes,
- \*Cantidad del producto,
- \*Plazo mínimo de conservación,
- \*Tipo y categoría,
- \*Marca comercial registrada en México,
- \*El porcentaje de contenido de alcohol abreviado de la siguiente manera "% Alc. Vol.",
- \*Nombre y razón social, así como el domicilio del fabricante,
- \*La leyenda "HECHO EN MÉXICO",
- \*La leyenda "El abuso en el consumo de este producto es nocivo para la salud",
- \*La leyenda "ENVASADO DE ORIGEN",

**El empaque** se presenta en cajas de cartón corrugado el cual es totalmente reciclable, y son cajas donde caben 12 botellas de tequila de 750 ml., donde tiene su separador de cartón con 12 entradas correspondientes para las botellas.

**El embalaje** consiste en usar cajas grandes, donde caben otras 8 cajas más pequeñas con 12 botellas, y se encuentran anotados los datos necesarios para identificar el producto y todos aquellos que se juzgan convenientes, como los riesgos que corre el producto al ser transportado.

**Transporte y distribución física.** El transporte es el costo que tendrán la distribución del producto para que llegue al cliente sin ser el consumidor final.

El tequila se transportará a la Aduana de Tijuana, B.C; a través de la compañía transportista, con la cual ya se tiene contacto hace años, su llegada a dicha aduana será aproximadamente en 12 hrs.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

**\*\*Para tomar la decisión sobre la elección del transporte, se deben considerar los siguientes factores:**

**a)Generales:**

-Costo total de transporte/costo total

-Utilidad tiempo/lugar

**b)Específicos:**

-Naturaleza de la carga

-Tipo de la carga

-Costo/beneficio

-Posibilidad de daño y robo

-Valor de la mercancía

-Estiba

-Peso excesivo

-Largo excesivo

-Transporte empleado por la competencia

-Oferta de empresas transportistas

-Entrega o servicios, etc."<sup>25</sup>

Uno de los factores importantes en esta cuestión es el tiempo ya que es un punto especial para la distribución física internacional, que se encuentra en contacto con los costos de exportación y por consiguiente con el precio y el grado de competitividad.

#### **4.7. FORMAS DE PAGO**

Ahora después de haber llevado todo el procedimiento para la exportación, ya se puede manejar la forma en como se hará el pago de parte del importador. Por lo tanto una de las cuestiones importantes en esto es la confianza que se le dará al cliente al momento de hacer la negociaciones.

La manera en que se acordará el pago se da mediante las dos partes involucradas para ver por parte de quien van a correr los gastos o hasta que punto la responsabilidad se transfiere a la otra contraparte.

<sup>25</sup> FLORES Paredes, Joquin, *ibidem*, p 130

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

Se utilizará la misma forma que se ha presentado con los clientes extranjeros que se tienen pero ahora se aplicará con este nuevo cliente, ya que la forma que se ha manejado no ha presentado ningún problema, y es la siguiente: un primer pago de un 50% al recibir la orden de producción, vía transferencia bancaria electrónica y el otro 50% por el mismo medio, al encontrarse en el punto de entrega de la aduana y éste a su vez recibe la mercancía, para notificar que todo está en orden y que procede a seguir su curso para llegar a su punto de destino.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

## CONCLUSIONES

Durante el desarrollo del presente trabajo, se puede observar que se pretende obtener la información necesaria, para poder aplicar un adecuado plan de negocios para exportar tequila a Los Angeles California, esto implica conocer más a fondo el producto del tequila, tener fundamentos basados en datos estadísticos del producto, la población, su consumo, calidad del producto y su contenido, que son muy importantes para tener un panorama más completo del mismo, para así tomar las estrategias adecuadas y poder realizar su exportación.

Su aceptación en el mercado nacional e internacional ha provocado que el empresario de hoy se preocupe por innovar cada vez más su producto y complacer más a su cliente. Pero también se puede mencionar que en este caso el tequila no tiene problemas en cuanto al nivel de ventas, porque es un producto que es vendido en cualquier estación del año, debido a que es muy comercial y consumible por todo tipo de personas en cualquier evento sin particularidad.

Actualmente México cuenta con un alto porcentaje de importaciones, lo que indica que se están consumiendo productos del exterior y no debería ser así porque esto significa que no estamos ayudando a consumir lo que produce el país, sino que estamos enriqueciendo más a los extranjeros, por lo tanto económicamente nuestros productos se ven afectados por la gran competencia que se presenta. Pero hay que tener en cuenta que contamos con muchos recursos naturales para poder hacer frente al déficit que se ha venido manejando hace ya varios años, aunque éste problema se puede combatir aumentando las exportaciones en el país.

Uno de los puntos importantes que se mencionan son las ventajas que ha dado la globalización al obtener economías a gran escala, en cuanto a producción y distribución, que dan como resultado el incremento de los mercados meta, esto apoyado en el desarrollo tecnológico, además de que se produzca un nivel económico de vida mejorado para que ofrezcan la satisfacción de las necesidades de la sociedad.

Este plan de negocios para exportar tequila, ayuda a dar una visión de cómo se puede ayudar al crecimiento de una empresa, la cual puede fomentar a que se exporta más éste producto a cualquier parte del mundo, pues México cuenta con una gran cantidad de recursos naturales, de los cuales son de gran calidad y pueden sacar mucho provecho y aumentar las exportaciones.

Por lo tanto el comercio exterior es muy importante para el intercambio de las necesidades de los países. Pero como consecuencia surgen los tratados de libre comercio, para facilitar las relaciones

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

comerciales y hacer que el producto tenga una mayor aceptación y un respaldo más entre los países que intervienen en el comercio.

Por lo antes mencionado podemos decir que México es uno de los países productores más grandes de agave, tanto en calidad como en precio, lo cual tiene una gran demanda y esto hace que los empresarios se interesen cada vez más en éste producto.

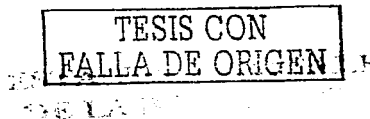
Una de las finalidades de las exportaciones son la de obtener divisas en moneda extranjera para un mayor incremento y desarrollo en el país.

Una de las finalidades de esta investigación, es que mediante este proceso se conozca más detalladamente, la forma más correcta de introducirse al comercio exterior y facilitar los trámites, así como conocer los conceptos básicos del comercio y poder actuar con más rapidez y obtener buenos resultados a corto plazo.

Después de tener un producto y un mercado meta, hay que tomar en cuenta que se necesitan los servicios de un agente aduanal, que se encarga de todos los trámites necesarios para actuar a nombre de la empresa. Otro aspecto que se puede considerar es obtener asesoramiento e información actualizada, de las cuales podemos mencionar una de las instituciones como es el Bancomext que está en apoyo para asesorar a los importadores, exportadores, comerciantes y empresarios. La SECON una de sus finalidades que tiene es la de expedir permisos para importación, exportación y certificados de origen.

Por lo tanto se puede decir que este plan de exportación impulsa y fomenta al crecimiento de las empresas o negocios que pueden darse a los grandes mercados de competencia mundial, ya que México es un país capaz de trascender, abarcar mercados y aumentar ventas mediante la utilización correcta de la tecnología, un plan organizacional, un buen financiamiento y una adecuada mercadotecnia para sus productos.

Para concluir debo mencionar que el Licenciado en Contaduría tiene una gran labor dentro de cualquier empresa o negocio, lo cual permite que su ámbito laboral sea muy extenso, porque cada vez más se va expandiendo en sus funciones y no sólo se encarga de lo que pasa dentro de la empresa sino que ahora también se preocupa por actualizarse más y llegar a trascender a otras áreas que afecten su misma profesión y que complementen más al contador como una persona con más conocimientos generales a nivel no sólo nacional sino mundial



## BIBLIOGRAFÍA

- 1.-ARIAS, Galicia Fernando, Administración de Recursos Humanos, Editorial Trillas, 1ª. Reimpresión, México, 1990, p. 13.
- 2.-BACA Urbina Gabriel, Evaluación de Proyectos, Editorial Mc Graw Hill, 3ª. Ed., México, 1995, p. 142.
- 3.-BANCOMEXT Guía Básica del Exportador, Editorial Banco Nacional del Comercio Exterior, 9ª. Ed. , México, 2002.
- 4.-BANCOMEXT, La Clave del Comercio Exterior, Editorial BANCOMEXT, México, 2002.
- 5.- BECKER, Gary, S. Teoría Económica, Editorial Fondo de cultura Económica, México, 2002.
- 6.-Comercio Exterior 2003, Ediciones Fiscales ISEF, S.A, 28ª ed., México, 2003.
- 7.-Constitución de los Estados Unidos Mexicanos, Editorial Porrúa, 138 ed., México, D.F., p. 151.
- 8.-DÍAZ, Leal Eduardo Reyes, La Mentalidad Exportadora, Editorial Bancomext, México, 1993.
- 9.-ESTEFANIA, Joaquín, La Nueva Economía. La Globalización, Editorial Limusa, México, 1998 p.1
- 10.-FISCO AGENDA, Ediciones Fiscales ISEF, S.A., 27 ed., México, 2003.
- 11.-FLORES, Paredes Joaquín, El Contexto del Comercio Exterior de México: retos y oportunidades en el mercado global, Editorial UNAM-FESC, México, 2001, p. 109.
- 12.-HERNÁNDEZ, Assemat, José Enrique, Economía II, Editorial Instituto Politécnico Nacional, México, 1995, p.134.
- 13.-HERNÁNDEZ, Sanpieri Roberto y otros, Metodología de la Investigación, Editorial Mac Graw Hill, 4ª. Ed., México, 2002.
- 14.-HOST, Madse, La Balanza de Pagos y su integración en las cuentas internacionales, CEMLA, México.
- 15.-LEDESMA, Carlos Alberto, Principios de Comercio Internacional, Editorial Ediciones Machi, 4ª. Ed., Buenos Aires, 1993, p. 350.
- 16.-Legislación del Comercio Exterior, Editorial Mac Graw Hill, 2ª. Ed., México, 2000.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN



- 17.-LERMA, Kirchner Alejandro, Comercio Exterior, Editorial ECAFSA, 3ª. Ed., México, 2000, p. 26.
- 18.-Lev Aduanera y su Reglamento, Editorial Instituto Superior de Estudios Fiscales, México, 2003.
- 19.-MARTÍNEZ Vera, Rogelio, Legislación del Comercio Exterior, Editorial Mc Graw Hill, 2ª. Ed., México, 1997.
- 20.-MARTÍNEZ, Villegas Fabian, Planeación Estratégica Creativa, Editorial PAC, México, 2000.
- 21.-MERCADO, Hernández Salvador, Comercio Internacional Vol II, Editorial Limusa, México, 1997.
- 22.-MORENO, José Maria, Manual del Exportador, Editorial Ediciones Macchi, 4ª. Ed., Buenos Aires, Argentina, 1993, p. 7
- 23.-NICOLA, Minervini, Manual del Exportador, Editorial Mc Graw Hill, México 1999.
- 24.-ORTÍZ, Wadymar, Arturo, Introducción al Comercio y Finanzas Internacionales de México, Editorial Nuestro Tiempo, S.A., 7ª. Ed., México 1999 p.164.
- 25.-TORRES, Gaytan Ricardo, Teoría del Comercio Internacional, Editorial Siglo XX, México, 1980.

#### SEMINARIO

-Apuntes del Seminario de Titulación "Plan de negocios para la exportación" del Profr. Raúl González Espinoza.

#### INTERNET

- www.bancomext.com.mx
- www.banxico.gob.mx
- www.canacinfra.canci.org.mx
- www.economia.com.mx
- www.salud.gob.mx/unidades/dgces/psnm.html

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

# A N E X O S

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

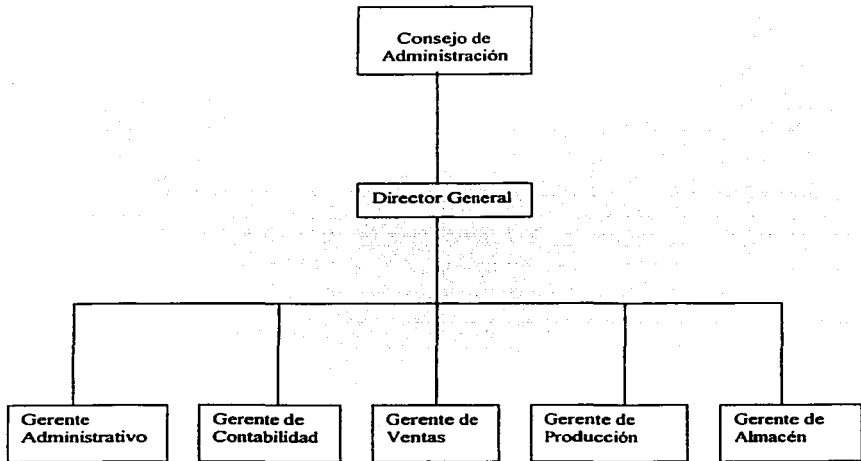
**Anexos**

- I. Organigrama**
- II. Estado de Resultados**
- III. Balance General**
- IV. Factura Comercial**
- V. Lista de Empaque**
- VI. Carta Porte**
- VII. Certificado de Origen**
- VIII. Pedimento de Exportación**
- IX. Punto de Equilibrio**
- X. Simbología**
- XI. Marcado de Embalaje**
- XII. Aduanas de México**

**TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN**

**"INDUSTRIALIZADORA DE AGAVE JALISCO REAL, S.A. DE C.V."**

**ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA**



**ORGANIGRAMA**

Anexo I.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

**INDUSTRIALIZADORA DE AGAVE JALISCO REAL, S.A. DE C.V.**  
**ESTADO DE RESULTADOS AL 31 DE DICIEMBRE DE 2001.**

		<b>%</b>
<b>VENTAS</b>	<b>5,961,600.00</b>	<b>100.0%</b>
<b>COSTO DE VENTAS</b>	<b><u>3,800,900.00</u></b>	<b>63.8%</b>
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b><u>2,160,700.00</u></b>	<b>36.2%</b>
<b>GASTOS DE OPERACIÓN</b>	<b>310,400.00</b>	<b>5.2%</b>
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN 20%	62,080.00	1.0%
GASTOS DE VENTA 30%	93,120.00	1.6%
GASTOS DE FABRICACIÓN 50%	155,200.00	2.6%
<b>UTILIDAD DE OPERACIÓN</b>	<b><u>1,850,300.00</u></b>	<b>31.0%</b>
<b>GASTOS FINANCIEROS</b>	<b><u>14,064.00</u></b>	<b>0.2%</b>
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b><u>1,836,236.00</u></b>	<b>30.8%</b>
IMPSTOS (AL 35% POR ESTÍMULO)	642,683.00	10.8%
P.T.U. (10%)	183,624.00	3.1%
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b><u><u>1,009,929.00</u></u></b>	<b>16.9%</b>

**C.P. LEONARDO CASTILLO**  
**C.P. LILIA MALDONADO**

**ESTADO DE RESULTADOS**  
**Anexo II.**

**TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN**

"INDUSTRIALIZADORA DE AGAVE JALISCO REAL, S.A. DE C.V."  
 BALANCE GENERAL AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2001.

ACTIVO		PASIVO	
ACTIVO CIRCULANTE		PASIVO A CORTO PLAZO	
CAJA	50,000.00	PROVEEDORES	153,600.00
BANCOS	110,266.00	IVA POR PAGAR	74,520.00
IVA POR ACREDITAR	48,600.00	IMPUESTOS POR PAGAR	497,738.00
CLIENTES	260,000.00	ACREDORES DIVERSOS	31,500.00
DEUDORES DIVERSOS	13,340.00	RESERVAS PARA PTU	183,624.00
MATERIA PRIMA	530,300.00	<b>TOT. PASIVO A CORTO PLAZO</b>	<b>940,982.00</b>
PRODUCTOS TERMINADOS	560,900.00		
DEPOSITOS EN GARANTIA	12,697.00		
ANTICIPOS DE IMPUESTOS	<u>410,560.00</u>		
<b>TOTAL DE ACTIVO CIRCULANTE</b>	<b>1,996,643.00</b>		
		<b>PASIVO A LARGO PLAZO</b>	
		DOCTOS. POR PAGAR A BANCOS	<u>180,311.00</u>
		<b>TOT. PASIVO A LARGO PLAZO</b>	<b>180,311.00</b>
<b>ACTIVO FIJO</b>			
TERRENO	1,200,000.00		
MOB. Y EQUIPO DE OFICINA	30,000.00		
DEP MOB Y EQUIPO DE OFIC.	-3,000.00		
EQUIPO DE TRANSPORTE	900,000.00	<b>TOTAL DE PASIVO</b>	<b>1,121,293.00</b>
DEP EQUIPO DE TRANSPORTE	-225,000.00		
EQUIPO DE COMPUTO	45,000.00		
DEP EQUIPO DE COMPUTO	-13,500.00		
MAQUINARIA Y EQUIPO	600,000.00		
DEP MAQUINARIA Y EQUIPO	<u>-6,000.00</u>		
<b>TOTAL DE ACTIVO FIJO</b>	<b>2,627,899.00</b>		
		<b>CAPITAL CONTABLE</b>	
		CAPITAL SOCIAL	700,000.00
		APORT. P/FUT AUM. DE CAPITAL	870,666.00
		UTILIDADES ACUMULADAS	870,000.00
		RESERVA LEGAL	50,486.00
		UTILIDAD DEL EJERCICIO	<u>1,009,929.00</u>
		<b>TOTAL DE CAPITAL CONTABLE</b>	<b>3,801,081.00</b>
<b>ACTIVO DIFERIDO</b>			
GASTOS DE PUBLICIDAD	10,000.00		
SEGUROS	4,000.00		
RENTAS PAG X ANT	30,500.00		
INT PAG X ANT	<u>53,721.00</u>		
<b>TOTAL ACTIVO DIFERIDO</b>	<b>98,221.00</b>		
<b>TOTAL DE ACTIVO</b>	<b><u>4,822,384.00</u></b>	<b>TOTAL DE PASIVO+CAPITAL</b>	<b><u>4,822,384.00</u></b>

C. P. LEONARDO CASTILLO  
 C. P. LILIA MALDONADO

BALANCE GENERAL  
 Anexo III.

**TESIS CON  
 FALLA DE ORIGEN**

**INDUSTRIALIZADORA DE AGAVE JALISCO REAL, S.A. DE C.V.**

AV. MARIANO OTERO #773, DEL. FRESNO,  
C.P. 44900, GUADALAJARA, JALISCO, MÉX.  
TEL. (33)38808103, FAX. (33)38806139  
R.F.C. IAJR50520 D12

FACTURA 5540  
FECHA 26/06/2001

REMITENTE  
INDUSTRIALIZADORA DE AGAVE JALISCO REAL, S.A. DE C.V.  
GUADALAJARA, JALISCO.

CONSIGNATARIO  
LOS CABOS AGAVE REAL, INC.  
366 FLUSHING AVENUE,  
LOS ANGELES, CAL. C.P. 60512  
Tel. 33195-9466 USA  
Fax. 33196-9479 USA

SECRETARÍA DE HACIENDA Y CREDITO PÚBLICO
SECRETARÍA DE ECONOMÍA
SECRETARÍA DE DEFENSA FISCAL
LAJALISCO012
CLASE DE REGÍSTRAR DE EXPORTACIÓN INDUSTRIALIZADORA DE AGAVE JALISCO REAL, S.A. DE C.V.
SECRETARÍA DE ECONOMÍA
SECRETARÍA DE ECONOMÍA

No. de botellas	Cajas	Descripción de la mercancía	P. Unitario	P. Total
1,092	91	Botellas de Tequila de 750 ml Tequila Reposado 100% puro de agave. (vidrio)	18.15 dils	19,820 dils
Importe c/letra (Diecinuevemil ochocientos veinte 00/1000dólares)			Total	19,820 dils
Fletes Pagados Por cobrar		Gastos Pagados Por cobrar		Seguro

Instrucciones Adicionales

Declaro bajo protesta de decir verdad que el preso total de la mercancía es de \_\_\_\_\_

Nombre y Firma

Impreso por Estilo Refinado, S.A. de C.V. R.F.C. ERF950902 TVJ A.D.O.F. 30 AGOSTO DEL 2002  
Av. República de Argentina, 20, México, D.F. C.P. 13500 Tel. 52287040 Autorización SAT.54666  
Impreso 20/05/02 Folio 4000 al 6000 Vigencia 20/05/03

FACTURA COMERCIAL  
Anexo IV

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

LISTA DE EMPAQUE				DIVISIÓN				
INDUSTRIALIZADORA DE AGAVE JALISCO REAL, S.A. DE C.V.				FECHA 26 de Junio 01				
LISTA DE EMPAQUE				FOLIO NO 187066/01				
DE ORIGEN MEXICANO			A: DESTINO LOS ANGELES, CALIFORNIA, E.U.A					
EXISTENCIAS 91 Cajas	REMISIÓN 592	FACTURA 5540	TRANSPORTE TERRESTRE			PLACAS GT962284		
DESCRIPCIÓN	UBICACIÓN		CANTIDAD			TOTAL	IMPORTE	
	(PAQUETES)		PZA	ML	TOTAL			IMPORTE
	DEL #	AL #						
CAJAS CONTENIENDO 12 BOTELLAS DE TEQUILA REPOSADO DE 750 ML	1	91	1,092	819,000	1,092	19,820 dfls		
<b>TOTAL</b>	<b>1</b>	<b>91</b>	<b>1,092</b>	<b>819,000</b>	<b>1,092</b>	<b>19,820 dfls</b>		
SOLICITANTE	AUTORIZO		RECIBE		ENTREGA			

LISTA DE EMPAQUE  
Anexo V.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN



**TRANSPORTADORA  
GUADALAJARA, S.A. DE C.V.**

HIDALGO NO. 840, GUADALAJARA, JALISCO. C.P. 44870  
TEL: 56302480, 56382560 FAX 56362482

**CARTA PORTE  
A N° 020**

SERVICIO PUBLICO FEDERAL  
R.F.C. TGU 010930-7D7

**LUGAR Y FECHA**  
GUADALAJARA Edo. de JALISCO a 30 de JUNIO de 2002.

ORIGEN: GUADALAJARA, JALISCO	DESTINO: TIJUANA, B.C.
REMITENTE: INDUSTRIALIZ. DE AGAVE JALISCO REAL S.A. DE C.V.	DESTINATARIO: ADUANA DE TIJUANA, B.C.
DOMICILIO: AV. MARIANO OTERO #773 DEL FRESNO, GUAD.	DOMICILIO: CONOCIDO
SE RECOGERA EN: GUADALAJARA	SE ENTREGARA EN: LA ADUANA DE TIJUANA, B.C.

(6) FRACCIÓN NUM:	(7) CLASE:	(8) CUOTA POR TONELADA:	VALOR DECLARADO:
-------------------	------------	-------------------------	------------------

BULTOS		(3) QUE SE DICEN CONTENER	(4) PESO	(5) VOLUMEN		CONCEPTO	(9)
(1) NUM	(2) CLASE:			MTS	PESO ESTIMADO		
91	CAJAS	BOTELLAS DE TEQUILA REPOSADO DE 750 ML.				CONCEPTO CONCEPTO CONCEPTO CONCEPTO CONCEPTO	
						FLETE \$	8,175.00
REEMBARGO: OP. JORGE GARCÍA MORA			REEMBARGARE CON:				
CONDUJO: PLACAS 503DD7			CONDUCTORA:			I.V.A.	1,226.25
						SUB-TOTAL	
						RET. I.V.A.	327.00
						TOTAL \$	9,074.25

OBSERVACIONES:

(NUEVE MIL SETENTA Y CUATRO PESOS 25/100 M.N.)

SECRETARÍA DE HACIENDA  
Y CREDITO PÚBLICO  
SECRETARÍA DE ECONOMÍA  
UNIDAD DE OPERACIONES FINAN-  
CERIAS  
FOLIO DE CONTROL DE OPERACIONES  
COMERCIALES  
C.A. 0000

SOLICITADO POR:

VO. BO.

RECIBI DE CONFORMIDAD

FIRMA DEL DESTINATARIO

IMPRESO POR MARBA EVA CORDERO ADELL  
R.F.C. DCAE 471202494 CLUMF COME87322MEX24V08  
CALZ. LEGARZA 8 18048 C.P. 11480 MEXICO, D.F.  
TEL: 5629789 5629780 APT. 100 LA S.H.C.P.  
PUBLICADO EN EL D.O.F. EL 27/05/04  
COMERCIALIZADO POR ALBERLANDI NORRIVERA CRUZ  
S.C. INCA-00015178U

LA REPRODUCCIÓN NO AUTORIZADA DE ESTE COMPROBANTE CONSTITUYE UN DELITO EN LOS TERMINOS DE LAS DISPOSICIONES FISCALES

FECHA DE IMPRESIÓN: MARZO DEL 2002 FOLIO: DEL 001 AL 200

VIGENCIA HASTA MARZO DEL 2004

CARTA PORTE  
Anexo VI.

**TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN**

89

**TRATADO DE LIBRE COMERCIO DE AMÉRICA DEL NORTE**  
**CERTIFICADO DE ORIGEN**  
 (Instrucciones al Reverso)

Llenar a máquina o con letra de molde. Este documento no será válido si presenta alguna raspadura, tachadura o enmendadura.

1. Nombre y Domicilio del Exportador: INDUSTRIALIZADORA DE AGAVE JALISCO, REAL, S.A. DE C.V. AV. MARIANO OTERO 773, DEL. FRESNO, C.P. 44900, GUADALAJARA JALISCO, MÉX. Número de Registro Fiscal: IAJ-850520-D12			2. Período que cubre 25/06/2001 <span style="float:right">25/07/2001</span>  De: 25 JUN 2001 <span style="float:right">A: 25 JULIO 2001</span>		
3. Nombre y Domicilio del Productor: INDUSTRIALIZADORA DE AGAVE JALISCO, REAL, S.A. DE C.V. AV. MARIANO OTERO 773, DEL. FRESNO, C.P. 44900, GUADALAJARA JALISCO, MÉX. Número de Registro Fiscal: IAJ-850520-D12			4. Nombre y Domicilio del Importador: LOS CABOS AGAVE REAL, INC. 366 FLUSHING AVENUE, LOS ANGELES, CALIFORNIA, C.P. 60512 Número de Registro Fiscal: 50-2457431		
5. Descripción de (los) bien(es)	6. Clasificación	7. Criterio para	8. Productor	9. Costo Neto	10. País de Origen
	Arancelaria	Trato Preferencial			
BOTELLAS DE TEQUILA	22.08.90.03	A	SI	C/N	MEX
11. Declaro bajo protesta de decir verdad que: *La información contenida en este documento es verdadera y exacta, y me hago responsable de comprobar lo aquí declarado. Estoy consciente que seré responsable por cualquier declaración falsa u omisión hecha o relacionada con el presente documento. *Me comprometo a conservar y presentar, en caso de ser requerido, los documentos necesarios que respaldan el contenido del presente Certificado, así como notificar por escrito a todas las personas a quienes haya entregado el presente Certificado, de cualquier cambio que pudiera afectar la exactitud o validez del mismo. *Los bienes son originarios y cumplen con los requisitos que les son aplicables conforme al Tratado de Libre Comercio de América del Norte, 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 411 o en el Anexo 401. Este Certificado se compone de 1 hoja incluyendo todos sus Anexos					
Firma Autorizada:			Empresa: INDUSTRIALIZADORA DE AGAVE JALISCO REAL, S.A. DE C.V.		
Nombre: MA. LUISA ZUÑIGA.			CARGO: JEFE COMERCIO EXTERIOR		
FECHA 10 06 2001 DD MM AA	TELÉFONO: (305) 242-09-39		FAX: (305) 252-86-23		

CERTIFICADO DE ORIGEN  
 Anexo VII

**TESIS CON  
 FALLA DE ORIGEN**

## PEDIMENTO

NUM PEDIM: 04 35 4572 4000780 T.OPER: EXP CVE. PEDIMENTO: AI REGIMEN: EXD	
DESTINO: 4 TIPO DE CAMBIO 10.4000 PESO BRUTO:189000 ADUANA E/S: 540	
MEDIOS DE TRANSPORTE	VALOR DOLARES: 19820.00
ENTRADA/SALIDA ARRIBO SALIDA	VALOR ADUANA: 206128.00
3 3	PRECIO PAGADO: 206128.00

DATOS DEL IMPORTADOR/EXPORTADOR	
RFC: IAJ850520 D12	NOMBRE, DENOMINACION O RAZON SOCIAL:
CURP:	INDUSTRIALIZADORA DE AGAVE JALISCO REAL, S.A. DE C.V.
DOMICILIO: AV. MARIANO OTERO #773, DEL FRESNO, CP. 44900, GUADALAJARA, JAL.	

ADMON GENERAL DE  
ADUANAS (DICC)  
BANCO 5 BANAMEX, S A  
ADUANA 24-5 CAJA 0015  
PEDIMENTO04572-4000780  
R. F. C. IAJ850520D12  
FECHA 19/06/2001  
IMPORTE \$161.00

VAL SEGUROS	SEGUROS	FLETES	EMBALAJES	OTROS INCREMENTABLES
0	0	0	0	0
ACUSE ELECTRONICO		CLAVE DE LA SECCION ADUANERA		
DE VALIDACION:		DE DESPACHO: 540		
PORTYER4				

MARCAS, NUMEROS Y TOTAL DE BULTOS: S-M,S-N, 1,92 BULTOS,CAJA 3 VRTZ-777658	
FECHAS TASAS A NIVEL PEDIMENTO	

PRESENTACION: 19/06/01	CONTRIB.:	CVE. T. TASA	TASA
PAGO: 19/06/01	0	0	0

CUADRO DE LIQUIDACION						
CONCEPTO	F.P.	IMPORTE	CONCEPTO	F.P.	IMPORTE	TOTALES
PREV		161				EFFECTIVO 161
IGI	0					OTROS 0
						TOTAL 161

DATOS DEL PROVEEDOR O COMPRADOR			
ID. FISCAL: 48-3083542	NOMBRE, DENOMINACION O RAZON SOCIAL: LOS CABOS AGAVE REAL INC.	DOMICILIO: 386 FLUSHING AVENUE, CP 80512, LOS ANGELES, CAL. USA.	VINCULACION: NO
NUM. FAC: 5540	FECHA: 26/06/2001	INCOTERM: DAF	MONEDA FACT: USD
			VAL. MON.FACT: 19820
			FACTOR MON.FACT: 1.00000000
			VAL. DOLARES: 19820

## OBSERVACIONES

ANEXO FACTURA (S) COMERCIAL (ES).

PARTIDAS																
SEC	FRACCION	SUBDIVINC	MET	VAL	UMC	CANTIDAD	UMC	CANTIDAD	UMT	P.VIC	P.O/D	CON	TASA	TT	FF	IMPORTE
DESCRIPCION																
1	VAL. ADU / USD	IMP.	PRECIO	PAG.	PRECIO	UMIT.	VAL	AGREG								
	15204080	0	0	0	0	1082			1		USA					
TEQUILA REPOSADO 100% AGAVE NATURAL																
						19820					206128					
											2.305					

.....FIN DE PEDIMENTO..... NUM. TOTAL DE PARTIDAS: 1 ..... CLAVE PREVALIDADOR: 011.....

AGENTE ADUANAL, APODERADO ADUANAL O DE ALMACEN  
NOMBRE O RAZ SOC. MENDEZ TEJADA LUIS ANGEL  
RFC METL561008T50 CURP: METL561008HPRLE000  
MANDATARIO/PERSONA AUTORIZADA  
NOMBRE RAFAEL GARCIA PRADO  
RFC RAGP7510209P4 CURP RAGP751020H5RXN002

DECLARO BAJO PROTESTA DE DECIR VERDAD, EN LOS  
TERMINOS DE LO DISPUESTO POR EL ARTICULO 81  
DE LA LEY ADUANERA. PATENTE O AUTORIZACION  
2579

FIRMA AUTOGRAFA

2a COPIA: EXPORTADOR

DESTINO/ORIGEN: INTERIOR DEL PAIS

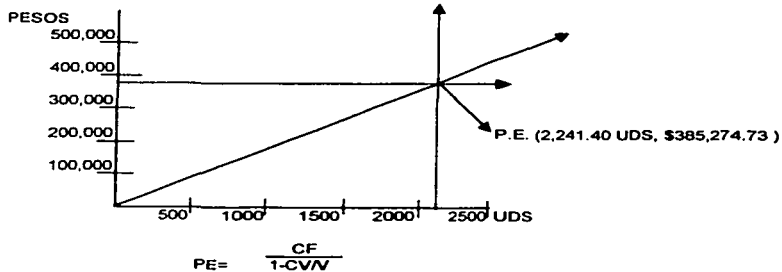
PEDIMENTO DE EXPORTACION  
Anexo VIII.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

91

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

**PUNTO DE EQUILIBRIO**



COSTO FIJO	350,600.00
COSTO VARIABLE	48,000.00
VENTAS	550,048.00
PRECIO DE VTA	171.89

**PUNTO DE EQUILIBRIO**  
Anexo IX



Figura 1. FRAGIL  
MANEJÉSE CON CUIDADO



Figura 2.  
NO USE GANCHOS

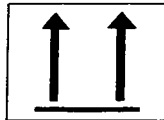


Figura 3.  
ESTE LADO ARRIBA

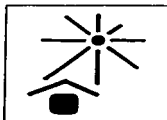


Figura 4.  
MANTENGÁSE FRESCO

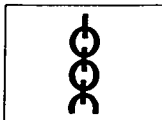


Figura 5.  
USE CADENA AQUI



Figura 6.  
MANTENGÁSE SECO

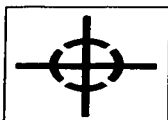


Figura 7.  
CENTRO DE GRAVEDAD

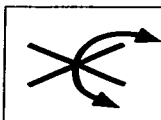


Figura 8.  
NO RODAR



Figura 9.  
USE CARRETILLA AQUI

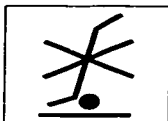


Figura 11.  
NO USE CARRETILLA AQUI

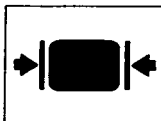


Figura 12. USE  
ABRAZADERAS AQUI

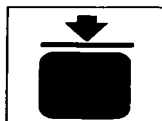
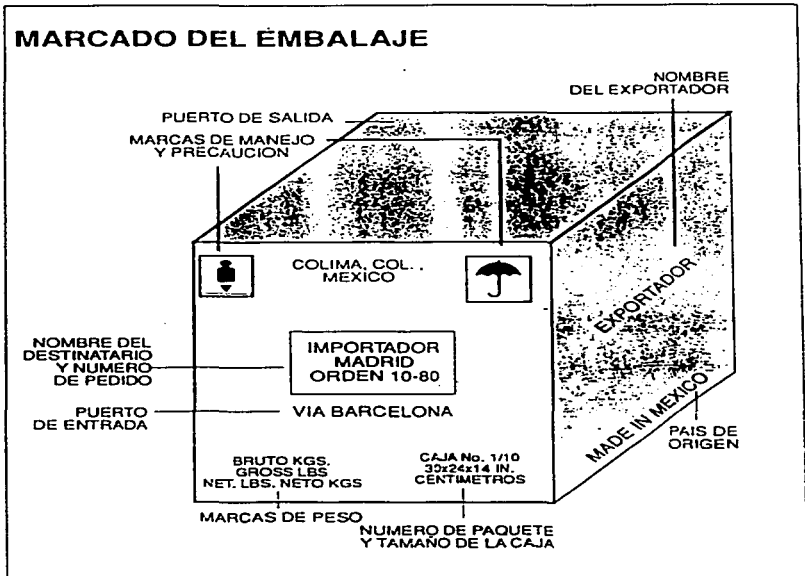


Figura 13. LÍMITE MÁXIMO  
DE ESTIBA

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN

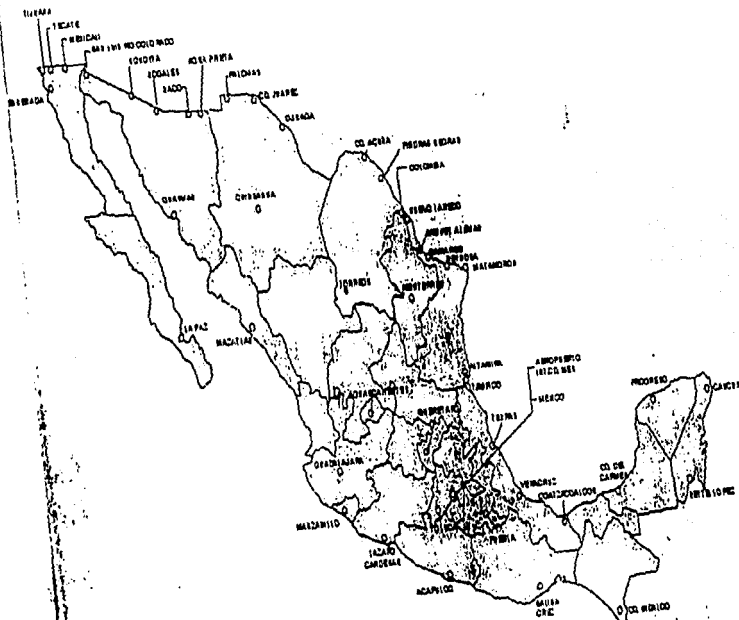
## MARCADO DEL EMBALAJE



MARCADO DEL EMBALAJE

Anexo XI

ADUANA MEXICO



ADUANAS DE MÉXICO  
Anexo XII.

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN