



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO

FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES CUAUTTLAN

**ELABORACION DE UN PLAN PARA EXPORTAR
PAPEL BOND A GUATEMALA**

T E S I S
QUE PARA OBTENER EL TITULO DE:
LICENCIADO EN ADMINISTRACION
PRESENTAN
ERNESTO MARURI MALAGON
HUGO HERNANDEZ CRUZ

ASESOR: M.E. ROGELIO MOISES SANCHEZ ARRASTIO



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

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

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

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



UNIVERSIDAD NACIONAL
AUTÓNOMA DE
MÉXICO

ASUNTO: VOTOS APROBATORIOS

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



DEPARTAMENTO DE
EXAMENES PROFESIONALES

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

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

Con base en el art. 28 del Reglamento General de Exámenes, nos permitimos comunicar a usted que revisamos:

Elaboración de un Plan para Exportar Papel Bond a Guatemala

que presenta el pasante: Ernesto Maruri Malagón
con número de cuenta: 09414176-4 para obtener el título de :
Licenciado en Administración

Considerando que dicho trabajo reúne los requisitos necesarios para ser discutido en el EXAMEN PROFESIONAL correspondiente, otorgamos nuestro VOTO APROBATORIO.

ATENTAMENTE
"POR MI RAZA HABLARA EL ESPIRITU"

Cuautitlán Izcalli, Méx. a 29 de Agosto de 2005

PRESIDENTE L.A.E. Jesús Alberto Viveros Pérez

VOCAL L.E. Manuel Octavio García Muñoz

SECRETARIO M.E. Rogelio Moisés Sánchez Arrastio

PRIMER SUPLENTE L.A. Sergio Robles Aguillón

SEGUNDO SUPLENTE L.D. Xóchitl Muñoz García

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



ASUNTO: VOTOS APROBATORIOS

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



DEPARTAMENTO DE
EXAMENES PROFESIONALES

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

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

Con base en el art. 28 del Reglamento General de Exámenes, nos permitimos comunicar a usted que revisamos:

Elaboración de un Plan para Exportar Papel Bond a Guatemala

que presenta el pasante: Hugo Hernández Cruz
con número de cuenta: 09425420-8 para obtener el título de:
Licenciado en Administración

Considerando que dicho trabajo reúne los requisitos necesarios para ser discutido en el EXAMEN PROFESIONAL correspondiente, otorgamos nuestro VOTO APROBATORIO.

ATENTAMENTE
"POR MI RAZA HABLARA EL ESPIRITU"

Cuautitlán Izcalli, Méx. a 29 de Agosto de 2005

PRESIDENTE L.A.E. Jesús Alberto Viveros Pérez

VOCAL L.E. Manuel Octavio García Muñoz

SECRETARIO M.E. Rogelio Moisés Sánchez Arrastio

PRIMER SUPLENTE L.E. Sergio Robles Aguillón

SEGUNDO SUPLENTE L.D. Xóchitl Muñoz García

Agradecimientos

Más allá del protocolo y formalismo a que corresponde éste tipo de menciones, quiero iniciar por mis padres Víctor y Laura, a mi Mamá que tal vez sin darse cuenta influyó en mi formación quizá más de lo que se imagina, por su amor y apoyo incondicional, gracias; a mi Papá quien es el principal constructor de lo que ahora soy, quiero agradecerle por los excelentes cimientos forjados en mí, que sin duda han sido y serán el bastión de mi carácter, por todo su amor y comprensión; a Mamis y a mis hermanos Víctor y Eva por su compañía y cariño.

A mi esposa Mariela por haberme acompañado en éste largo y sinuoso camino, por su amor y solidaridad incondicional; y aquí no podría dejar de mencionar a ese pequeño gran motor de mi vida, quien corre tan rápido que creo que a cada instante me alcanzará, a esa pequeña sensible y amorosa mujer que me hace redoblar esfuerzos cotidianos "Andrea", mi preciosa hija.

A mis amigos Rubén, Manolo, Roberto, Alejandro, Marco, Osvaldo, que a fuerza de tiempo y circunstancias se han convertido en parte de mi familia, a mi primo Hugo, a Roberto Trejo que contribuyó de forma directa para la culminación del presente trabajo, a todos ellos por su afecto, apoyo y sobre todo compañía.

A nuestro asesor, Maestro Rogelio Moisés Sánchez Arrastio, por su invaluable dirección en el desarrollo de éste trabajo.

A ésta universidad que más allá de darnos cabida en sus aulas para forjarnos como profesionistas, nos enseñó el valor de ser universitario, egresado de la máxima casa de estudios del país.

Ernesto Maruri Malagón

Agradecimientos

A mis padres Emilio y Gloria , los amo con todo mi corazón. A mi madre, porque me apoyó incondicionalmente en todas las formas posibles, y ha soportado todo lo malo, con la única convicción de que sus hijos salieran adelante. Gracias por todo tu esfuerzo y dedicación, ya que gran parte de lo que soy te lo debo a ti. A mi padre, que aún en los momentos difíciles, nunca dejo que claudicara en la consecución de mis objetivos y porque sin sus ejemplos, no seria posible este momento. Gracias por tu comprensión y por confiar siempre en mí.

A mis hermanos, porque siempre han creído en mi y me han apoyado en las buenas y en las malas.

A mis amigos y amigas, por su solidaridad, aliento y apoyo en esos momentos difíciles. Y especialmente a Eréndira por su compañía, cariño , comprensión e inspiración durante toda mi carrera.

A mis profesores, por el tiempo dedicado en mi enseñanza, mientras curse la Licenciatura en Administración. A ellos todo mi respeto y mi admiración.

A mi asesor, Maestro Moisés Sánchez Arrastio, por su ayuda paciente y gustosa, su tiempo y dedicación a lo largo del presente trabajo y también por compartir sus invaluable conocimientos.

Por último agradezco a la Universidad Nacional Autónoma de México por brindarme la oportunidad de formarme como universitario, en esta magna institución.

Hugo Hernández Cruz

ÍNDICE

Introducción

Capítulo 1. Contexto del comercio exterior de México

1.1	Globalización económica.....	1
1.2	Relaciones económicas de México con el exterior.....	4
1.3	TLC Triangulo del Norte Centroamericano - México.....	17
1.4	Relaciones comerciales México - Guatemala.....	25

Capítulo 2. Sector industrial de papel en México

2.1	Antecedentes.....	33
2.2	Estructura y características del sector industrial del papel.....	36
2.3	Contribución al desarrollo nacional.....	42
2.4	Problemática actual.....	46
2.5	Participación en la actividad exportadora.....	51

Capítulo 3. Aspecto normativo y operativo del proceso exportador

3.1	Ley del Comercio Exterior y Ley Aduanera.....	54
3.2	Ley de Impuesto General de Importación y Exportación.....	57
3.3	Los INCOTERMS.....	57
3.4	Regulaciones arancelarias y no arancelarias.....	62
3.5	Programas de fomento a la actividad exportadora.....	69
3.6	Identificación de oportunidades de exportación.....	74
3.7	Logística de exportación.....	76
3.8	Mercadotecnia.....	79
3.9	Tramitación aduanal.....	87

Capítulo 4. Situación del mercado meta en Guatemala

4.1	Características socioeconómicas y políticas.....	96
4.1.1	Características socioeconómicas.....	96
4.1.2	Características políticas.....	103
4.2	Comportamiento del mercado de papel.....	107
4.2.1	Producción.....	107
4.2.2	Importación y exportación.....	108
4.2.3	Competencia.....	111
4.2.4	Canales de distribución.....	111

Capítulo 5. Caso práctico: Plan de exportación empresa Trade PaperMex, S.A. de C.V.

5.1	Antecedentes de la empresa.....	112
5.1.1	Producto.....	113
5.1.2	Norma Oficial Mexicana (NOM-05-SCFI-1994).....	114
5.2	Organización administrativa.....	115
5.3	Situación financiera.....	120
5.4	Análisis de ventas.....	134
5.5	Plan de exportación.....	136
5.5.1	Concepto y estructura.....	136
5.5.2	Modelo de análisis estratégico FODA.....	137
5.5.3	Oferta exportable.....	138
5.5.4	El mercado meta (Guatemala).....	139
5.5.5	Canales de distribución.....	143
5.5.6	Logística de exportación.....	145
5.5.7	Precio de exportación y los INCOTERMS.....	146
5.5.8	Estrategia de mercadotecnia.....	147
5.5.9	Documentos y tramites para la exportación.....	153
5.5.10	Forma de pago.....	155
5.5.11	Evaluación financiera del proyecto de exportación.....	155
	Conclusión.....	163
	Anexos.....	168
	Factura.....	168
	Pedimento de exportación.....	169
	Certificado de origen.....	171
	Carta porte.....	174
	Índice de Tablas, Gráficos y Esquemas.....	175
	Tablas.....	175
	Gráficos.....	177
	Esquemas.....	177
	Bibliografía.....	178

INTRODUCCIÓN

Actualmente, el comercio internacional ha adquirido gran relevancia por la exportación e importación de productos, mercancías y servicios con mayor valor agregado, por ende, los países que no han logrado cambiar sus procesos de comercialización y adaptarse a los constantes cambios que en los años recientes ha sufrido la economía mundial van perdiendo presencia en los mercados internacionales, por lo que las empresas interesadas en internacionalizarse deben innovar sus productos y servicios, así como sus medios para darlos a conocer, distribuirlos y comercializarlos en el mercado mundial.

Para comprender como funciona el comercio exterior y en particular el proceso de exportación en México es necesario ubicarlos en el marco de la economía global y del comercio internacional, conocer las normas establecidas y las teorías en que se apoyan las instituciones que fueron creadas para regular las actividades de la comunidad internacional en la materia, así como identificar a los protagonistas que participan y definen con ello las pautas del comportamiento financiero, comercial y económico en el mundo.

Las negociaciones y competencia que define los flujos de bienes, servicios y capitales en el mundo tienen como punto de partida las relaciones de poder entre el bloque económico europeo, norteamericano y asiático. En ocasiones contando con el respaldo de ellos, se mueven los intereses de las grandes corporaciones multinacionales, que en su búsqueda afanosa por maximizar sus ganancias propician, aceleran y agudizan la inestabilidad de los países subdesarrollados donde se instalan, como sucede en nuestro país.

No es necesario subrayar la importancia que tiene el comercio exterior en México, ya que éste es y ha sido un instrumento fundamental en el desarrollo económico y social de nuestro país en nuestra historia reciente.

Con el propósito de establecer una guía que conduzca al entendimiento y comprensión del proceso de exportación de productos mexicanos al Triangulo del Norte (TN), comprendiendo los países: Salvador, Honduras y específicamente a Guatemala, se elaboró el presente trabajo, Ya que existe en México una gran cantidad de empresas pequeñas y medianas que no tienen acceso a los recursos técnicos y que muchas veces cuentan con un producto de calidad exportadora, así mismo, se busca contribuir a que se reflexione sobre la importancia de que México logre que sus relaciones comerciales con el exterior contribuyan a mejorar las condiciones internas de la economía y a diversificar su mercado y no estar supeditado a los intereses de un solo socio comercial, como es el caso con los Estados Unidos.

Por lo anterior, el presente trabajo está compuesto de 5 capítulos, los cuales van de lo general a lo particular. En el capítulo número uno se incluye una revisión del contexto del comercio exterior de México empezando desde la globalización económica, las relaciones que históricamente México ha tenido con el exterior, así mismo, en éste capítulo se hace una revisión del Tratado de Libre Comercio del Triangulo del Norte, parte medular para designar el mercado meta, y por último se toca el punto de las relaciones económicas de México con Guatemala.

En el segundo capítulo, hacemos referencia a los antecedentes, estructura y contribución al desarrollo nacional del Sector Industrial de papel en México. En el mismo capítulo abordamos la problemática actual del sector, así como su participación en la actividad exportadora.

En el tercer capítulo hacemos referencia del aspecto normativo y operativo del proceso exportador, en éste capítulo se hace mención de las principales leyes y normas que regulan a la actividad exportadora, por otro lado se tocan también los programas que fomentan la actividad exportadora, y la identificación de oportunidades de exportación. Y ya para terminar este capítulo, se abordan los elementos de operatividad como lo son: la logística de exportación, la mercadotecnia internacional y

las cuestiones de documentación y trámites exigibles para poder realizar ésta actividad.

En el cuarto capítulo se hace una descripción de la situación que guarda el mercado meta en Guatemala, en el se hace el estudio de mercado para dar a conocer desde las características socioeconómicas y políticas del país, hasta aspectos del comportamiento del mercado meta como son: producción del producto (papel bond), Importación, exportación, competencia y canales de distribución.

Finalmente en el capítulo cinco se aborda el caso práctico del proceso de exportación, en el cual se presenta el contenido esencial de un plan de negocios internacional para una organización empresarial, que parte del análisis estratégico de la empresa para definir su potencial exportador, posteriormente se presentan los elementos para seleccionar el mercado meta, la logística de exportación, determinar el precio de exportación, así como la estrategia de mercadotecnia (mezcla de marketing), seguida de los trámites correspondientes para la exportación; por último se incluye la evaluación financiera del proyecto, esto con el fin de conocer la viabilidad del mismo, así como el tiempo en que se tendrá el retorno de la inversión.

CAPITULO 1. CONTEXTO DEL COMERCIO EXTERIOR DE MÉXICO

1.1 Globalización

Principales teorías del comercio Internacional

“La corriente de pensamiento económico de los mercantilistas surge y se desarrolla durante los siglos XVI y XVIII con la consolidación de los primeros estados nacionales (Inglaterra y Francia). El planteamiento esencial de ésta corriente consiste en anteponer los intereses del estado a los del individuo; proponen que se debe luchar por consolidar un estado económicamente rico y políticamente poderoso. La clave para obtener la riqueza es lograr un superávit en la balanza comercial para ello se debe promover las exportaciones y restringir las importaciones. Éste saldo comercial favorable se deberá traducir en la acumulación de metales preciosos, pues ésta es la única forma de riqueza que reconocen.

Éste grupo de pensadores, cuyos representantes más distinguidos son Thomas Mun en Inglaterra y Antonio Serra en Italia, consideraban a la riqueza como producto de la actividad comercial. Sus tesis dan origen a las políticas proteccionistas en el comercio mundial que aún se practican, tales como las barreras no arancelarias y los aranceles elevados para proteger a los productores locales de la competencia foránea.

Por otra parte confundieron a los metales preciosos en su función de equivalente general, con la riqueza misma y aún con el capital; no llegaron a descubrir que la abundancia de dinero y su impacto en precios más altos, son incompatibles con una balanza comercial favorable y por lo tanto con la importación de oro. Por consiguiente, tampoco relacionarían el movimiento de los metales preciosos y los medios de pago, con nivel de precios.

Adam Smith y David Ricardo son considerados como los padres de la economía clásica, pues el desarrollo de sus teorías entre los siglos XVIII y XIX fue el punto de partida para establecer la existencia de leyes económicas, así como otras teorías y modelos económicos, lo que sentaría las bases para el desarrollo científico de la economía.

Con relación al comercio internacional su posición fue contraria a la de los mercantilistas, pues a diferencia de aquellos sostienen y demuestran que la fuente de la riqueza es la producción y no el comercio, pues éste sólo sirve para distribuirla. A partir de ésta propuesta justificaron la necesidad de eliminar las políticas proteccionistas y optar por el libre comercio.

Para respaldar tal idea plantean la teoría de las ventajas absolutas (Smith) y la de las ventajas comparativas (Ricardo), las cuales tienen el propósito esencial de demostrar por qué el libre comercio traería beneficios para los países que lo practicaran, para éste tiempo los incrementos en la productividad logrados por la revolución industrial en Inglaterra, ponen a ésta en una posición competitiva ventajosa frente al resto del mundo y requiere con urgencia la apertura de nuevos mercados para sus productos, por lo que éstas teorías no están exentas de contribuir a los propósitos expansionistas del imperio británico.”¹

Ahora bien, después de exponer a groso modo las principales características que dieron pie al desarrollo de la globalización, presentaremos una descripción conceptual de lo que ésta significa en una dinámica actual.

Concepto de globalización

“La globalización es un proceso dinámico de creciente libertad e integración mundial de los mercados de trabajo, bienes, servicios, tecnología y capitales.

¹Joaquín Flores Paredes, El contexto del comercio exterior de México: Retos y oportunidades en el mercado global, Ed. Universidad Nacional Autónoma de México, 1ra. Edición Noviembre de 2001, Pág. 11,12

Éste proceso no es nuevo, viene desarrollándose paulatinamente desde 1950 y tardará muchos años aún en completarse, si la política lo permite. No es nuevo porque ya se dio un proceso similar entre 1870 y 1914 de forma casi tan intensa como la actual. Es decir, comenzó el siglo veinte en una situación de integración mundial de los mercados de bienes, servicios, trabajo y capitales y, tras unas décadas siniestras, en las que dicho proceso de globalización dio marcha atrás y en las que se sufrieron dos conflictos mundiales y la depresión, se reinició después de la segunda guerra mundial. Finalmente, ha terminado el siglo con otro proceso similar que tiene visos de ser más duradero. El anterior sólo duró cuarenta y cuatro años y terminó de forma violenta con la primera guerra mundial, mientras que la actual acaba de cumplir ya cincuenta años y se asienta sobre bases más sólidas que aquel.

La globalización está basada en una serie de libertades: La libertad de comerciar con el resto de los países del mundo aprovechando las ventajas comparativas de cada uno; la libertad de invertir los capitales allí donde tienen un mayor rendimiento dentro de un riesgo asumible y la libertad de establecerse en el país que se deseé: Bien para conseguir un mayor beneficio o una mayor cuota de mercado, si se trata de una empresa, o para obtener un mayor salario o mejores condiciones de trabajo si se trata de una persona.

Los factores que determinan el proceso de globalización son los siguientes: El primero es sin duda la tecnología. El desarrollo de nuevas tecnologías en el transporte y en las telecomunicaciones ha permitido que sus costos caigan de una manera espectacular. No sólo han caído los precios del transporte, sino, que la economía mundial ha devenido menos intensiva en el transporte de mercancías. Se ha pasado de transportar materias primas y alimentos sin procesar o poco elaborados a transportar, fundamentalmente productos manufacturados acabados, es decir, los productos que se comercian tienen cada vez un mayor valor unitario y el transporte es cada vez más barato con lo que la relación del primero con el segundo cae con gran rapidez. Todo ello ha hecho que las barreras naturales de tiempo y espacio entre los países sean cada vez menores y, por tanto, el costo de

enviar de unos a otros bienes y servicios, personas y capitales e información sea cada vez más bajo, lo que ha facilitado la internacionalización e interdependencia de las economías y está haciendo el mundo cada vez más pequeño.

El segundo factor ha sido la liberalización de los intercambios de bienes, servicios y capitales, tanto a través de negociaciones multilaterales en el seno del Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio (Por sus siglas en inglés GATT), de la Organización Mundial del Comercio (OMC), de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) y del Fondo Monetario Internacional (FMI), como por decisiones unilaterales y bilaterales de las autoridades económicas de los países o de las áreas de integración en las que se encuentran inmersos².

1.2 Relaciones económicas de México con el exterior

El comercio internacional es el: "Conjunto de transacciones comerciales que realizan todos los países del mundo entre sí. El comercio internacional está representado por las importaciones y las exportaciones de los países. Algunos aspectos importantes que es necesario estudiar en el comercio mundial son: Volumen de importaciones y exportaciones, aranceles, tipo de cambio, división internacional del trabajo y transporte".³

"Debido a que ningún país es autárquico (no satisface todas sus necesidades), tienen necesidad del comercio exterior, sobre todo de las importaciones; es decir, el conjunto de mercancías y servicios que un país compra a otro. México importa alimentos, maquinaria, insumos, etcétera.

Las exportaciones son el conjunto de mercancías y servicios que el país vende al extranjero. En el caso de México lo que principalmente exporta es

² Guillermo de la Dehesa, *Comprender la Globalización*, Ed. Alianza Editorial, S.A., Madrid 2000, Pág. 17-20

³ Zorrilla Arena, Santiago y José Silvestre Méndez Morales, *Diccionario de economía*, México, Océano, 2da. Edición 1985, Pág. 28

petróleo, frutales, hortalizas, mariscos, otras materias primas y algunos productos manufacturados. Para analizar la situación del comercio exterior de un país, se debe comparar de manera cuantitativa el monto de las importaciones y de las exportaciones. Si las exportaciones son mayores, existe superávit comercial; por el contrario, si las importaciones son superiores a las exportaciones, se presenta un déficit comercial”.⁴

Durante el periodo revolucionario de 1910 a 1920 no se interrumpió el comercio exterior de México a pesar de las circunstancias, pero evidentemente no se puede definir claramente una política al respecto. Existen estadísticas que revelan el crecimiento de las exportaciones de petróleo crudo, puesto que fue la época en que la explotación del hidrocarburo estaba en manos de empresas inglesas, alemanas y norteamericanas que prácticamente no fueron afectadas durante el conflicto armado. Además ésta actividad sería fuertemente estimulada por la primera guerra mundial.

Todavía con la prevalencia de las ideas librecambistas, en la década de los años veinte se reconstruye la estabilidad política del país, las exportaciones petroleras y de otros productos primarios financian el crecimiento significativo de las importaciones de bienes manufacturados de consumo e intermedios, ya para entonces, nuestro principal socio comercial es la unión americana. Con la crisis de 1929 se contraen tanto las importaciones como las exportaciones y sólo vuelven a crecer hasta 1934. No obstante las reformas del gobierno cardenista, durante su sexenio se mantiene un saldo positivo en la balanza comercial hasta 1940, aunque ciertamente de un monto cada vez menor, particularmente explicado por la caída de los precios internacionales del petróleo y las materias primas.

Aunque en realidad parece un poco arbitrario delimitar a treinta años como el periodo más exitoso de la política proteccionista en el país que coincide con cinco sexenios, conviene aclarar que no todos estos tienen el mismo nivel de éxito

⁴ José Silvestre Méndez, Problemas Económicos de México, Ed. Mc Graw Hill, 4ta. Edición 1998, Pág. 294

ni éste ocurre en las mismas circunstancias. Lo que tienen en común todos estos es que el entorno mundial favorece el resurgimiento de políticas proteccionistas que tienen sustento teórico en la corriente mercantilista, motivadas primero por la necesidad de salir de la gran crisis de 1929 y después por el desarrollo y consecuencias de la segunda guerra mundial.

El sexenio del general Ávila Camacho (1940-1946) casi coincide con la etapa de mayor beligerancia de la segunda guerra mundial. Los inversionistas europeos y norteamericanos fueron atraídos por un país con estabilidad política, abundantes recursos naturales y mano de obra barata, que además es vecino del enorme mercado norteamericano. Así se inicia exitosamente el largo periodo de sustitución de importaciones, que se complementaría con medidas proteccionistas (aranceles elevados, así como un sistema de cuotas y permisos previos para importar) y programas gubernamentales de fomento al sector industrial como donaciones de terrenos, preferencias y exenciones fiscales temporales. Sumado a esto, el país experimentó un crecimiento sostenido de la producción agropecuaria, en buena medida resultado de la maduración de las reformas cardenistas y la construcción de infraestructura hidráulica posterior, que permitió mantener estables los precios de los alimentos y materias primas de uso industrial, así como generar excedentes exportables con los cuales se obtuvieron divisas que coadyuvarían al financiamiento del desarrollo industrial.

En este periodo se lograría sustituir exitosamente la importación de bienes de consumo inmediato y duradero, tales como alimentos procesados, herramientas de mano, aparatos domésticos y automóviles; también serían sustituidas con producción nacional las importaciones de algunos bienes intermedios, tales como algunas materias primas industriales, partes y componentes. Sólo se quedó en proyecto llegar a consolidar la sustitución de importaciones de bienes de capital, que por su grado de sofisticación tecnológica y/o cuantiosas inversiones, sólo se inició tíbilmente con la intervención directa de instituciones gubernamentales como Nacional Financiera.

El éxito de ésta política se manifestó en un saludable crecimiento de la economía y del empleo, así como el inicio de un proceso de desarrollo urbano industrial. Esto se apoyó en un sector externo que logro mantener en niveles moderados el déficit de la balanza comercial que, por las importaciones para la infraestructura y el equipamiento industrial, en otras condiciones hubiesen desequilibrado la economía del país. Todo esto ocurría bajo un sistema financiero mundial basado en el patrón oro-dólar y en sistemas de paridades fijas en el mundo y en México.⁵

Tradicionalmente, la balanza comercial de nuestro país ha sido deficitaria, ya que importamos más de lo que exportamos. De 1950 a 1970 dicha balanza registró déficit en todos los años, el cual creció de 1,326.2 millones de pesos en 1950 a 12,969.7 millones en 1970; Es decir, el déficit fue creciente en dicho periodo. El valor de las importaciones creció 6.6 veces de 1950 a 1970 en tanto que en el mismo periodo las exportaciones sólo aumentaron 3.7 veces. Esto se debe en buena medida a que nuestro país depende de la importación de materias primas y bienes de capital necesarios para el funcionamiento de la planta productiva; Es decir, las compras al exterior son necesarias porque no somos capaces de producir internamente lo que necesitamos. Al mismo tiempo no hemos diversificado nuestras exportaciones, lo que provoca que sigamos vendiendo materias primas que tienen muchos competidores a nivel internacional.

Para describir el comportamiento del comercio exterior de 1970 a la fecha, se presenta el siguiente cuadro:

⁵ Joaquín Flores Paredes, El contexto del comercio exterior de México: Retos y oportunidades en el mercado global, Ed. Universidad Nacional Autónoma de México, 1ra. Edición Noviembre de 2001, Pág. 71 y 72.

Importaciones y Exportaciones mexicanas, de 1970-2003
(Millones de dólares)

AÑO	IMPORTACIONES	EXPORTACIONES	SALDO
1970	\$ 2,326.80	\$ 1,281.30	\$ (1,045.50)
1971	\$ 2,250.40	\$ 1,365.60	\$ (884.80)
1972	\$ 2,718.00	\$ 1,665.20	\$ (1,052.80)
1973	\$ 3,813.40	\$ 2,070.40	\$ (1,743.00)
1974	\$ 6,057.00	\$ 2,850.00	\$ (3,207.00)
1975	\$ 6,580.20	\$ 2,861.00	\$ (3,719.20)
1976	\$ 6,029.60	\$ 3,315.80	\$ (2,713.80)
1977	\$ 5,889.80	\$ 4,418.40	\$ (1,471.40)
1978	\$ 8,143.70	\$ 6,217.30	\$ (1,926.40)
1979	\$ 12,097.20	\$ 8,913.30	\$ (3,183.90)
1980	\$ 18,486.20	\$ 15,307.50	\$ (3,178.70)
1981	\$ 23,104.40	\$ 19,379.00	\$ (3,725.40)
1982	\$ 14,437.00	\$ 21,230.00	\$ 6,793.00
1983	\$ 7,721.00	\$ 21,399.00	\$ 13,678.00
1984	\$ 11,254.30	\$ 24,196.00	\$ 12,941.70
1985	\$ 13,212.20	\$ 21,663.80	\$ 8,451.60
1986	\$ 11,432.40	\$ 16,031.00	\$ 4,598.60
1987	\$ 12,222.90	\$ 20,656.20	\$ 8,433.30
1988	\$ 18,903.40	\$ 20,657.60	\$ 1,754.20
1989	\$ 24,475.40	\$ 22,764.90	\$ (1,710.50)
1990	\$ 31,245.50	\$ 26,779.30	\$ (4,466.20)
1991	\$ 37,698.60	\$ 26,178.20	\$ (11,520.40)
1992	\$ 62,129.30	\$ 46,195.60	\$ (15,933.70)
1993	\$ 65,366.50	\$ 51,886.00	\$ (13,480.50)
1994	\$ 79,346.00	\$ 60,882.00	\$ (18,464.00)
1995	\$ 72,453.00	\$ 79,542.00	\$ 7,089.00
1996	\$ 89,469.00	\$ 96,000.00	\$ 6,531.00
1997	\$ 109,808.00	\$ 110,432.00	\$ 624.00
1998	\$ 125,243.00	\$ 117,500.00	\$ (7,743.00)
1999	\$ 141,974.00	\$ 136,391.00	\$ (5,583.00)
2000	\$ 174,457.00	\$ 166,454.00	\$ (8,002.00)
2001	\$ 168,396.00	\$ 158,442.00	\$ (9,953.00)
2002	\$ 168,678.00	\$ 160,762.00	\$ (7,916.00)
2003	\$ 170,958.00	\$ 165,355.00	\$ (5,602.00)

Fuente: Informes anuales del Banco de México e INEGI, hasta 1998. De 1999 a 2003 página www.bancomexico.gob.mx.

Grupo de Trabajo Integrado por la Secretaría de Economía, Banco de México y Secretaría de Hacienda y Crédito Público.

Tabla 1

Respecto a la tabla anterior se extraen las siguientes conclusiones:

El saldo de la balanza comercial continuó con su tendencia deficitaria hasta el año de 1981. De 1982 a 1988, la balanza comercial muestra un saldo superavitario debido a que las exportaciones son mayores que las importaciones y el crecimiento de las exportaciones petroleras durante el periodo, debido principalmente a la devaluación de nuestra moneda.

Durante el régimen de Luis Echeverría (1970-1976), las importaciones crecieron 267% en tanto que las exportaciones sólo aumentaron 242%, lo cual hizo que el déficit se incrementara 306% en este lapso. En el mismo periodo presidencial, el déficit acumulado de la balanza comercial ascendió a 13,320.6 millones de dólares, el cual representó la salida de divisas en el país por dicho monto.

En el gobierno de José López Portillo (1976-1982), las importaciones crecieron 2.45 veces, mientras que las exportaciones se elevaron en 4.8 veces (por aumento de precios y de volumen de exportaciones), lo cual permitió revertir la tendencia deficitaria de la balanza comercial, llegando en 1982 a tener superávit después de más de treinta años de déficit crónico. Durante el mismo periodo sexenal de López Portillo, a pesar del superávit de 1982, el saldo deficitario acumulado fue de 6,692.8 millones de dólares.

En el sexenio de Miguel de la Madrid (1982-1988), las exportaciones prácticamente permanecieron estancadas ya que en 1983 fueron de 21,399 millones de dólares y en 1988 disminuyeron a 20,657.6. Por su parte las importaciones pasaron de 7,721 m.d.d. en 1983 a 18,903.4 en 1988, es decir, crecieron 2.4 veces. Sin embargo, en todos los años del sexenio la balanza fue superávitaria, aunque dicho superávit disminuyó en forma notable en 1988. El saldo superavitario en el sexenio fue de 49,857.4 millones de dólares.

Debido a la entrada de México al GATT desde 1986, las importaciones han crecido más que las exportaciones, por ésta razón en el sexenio de Carlos Salinas

de Gortari, el saldo de la balanza comercial es deficitario. Esto se debe sobre todo al estancamiento de las exportaciones y al dinamismo de las importaciones.

De acuerdo con datos de la Secretaría de Programación y Presupuesto, en los años de 1980 a 1986 las exportaciones de México estaban integradas por: 75%, industria petrolera; 18%, sector manufacturero, y sólo 7%, sector agropecuario; aunque en los últimos años las exportaciones petroleras han disminuido, la tendencia se mantiene. Por su parte las importaciones se componen así: 57%, materias primas y bienes intermedios; 31% bienes de capital, y 12% bienes de consumo, estos últimos han aumentado su participación en el periodo 1986-1990.

Un factor importante que afecta en forma negativa el comercio exterior de nuestro país es el intercambio desigual desfavorable, que consiste en que los productos que vendemos al extranjero (como el petróleo) tienen precios bajos y tienden a bajar más, en tanto que las mercancías que importamos tienen precios elevados que tiende a la alza. Éste intercambio favorece ampliamente a los países desarrollados en perjuicio de los países atrasados y dependientes como el nuestro. Por lo que para nosotros significa un intercambio desigual desfavorable. De acuerdo con un análisis hecho por especialistas, el deterioro de los términos de intercambio provocó pérdidas por 43,000 millones de dólares en el periodo 1983-1988⁶.

En el periodo de 1995 a 1997, se encuentra un superávit comercial, sobre todo determinado por la devaluación que se presentó en éste lapso, lo cual hacía atractivo nuestro mercado, ya que por el extremo al que llegó dicha devaluación, para el exterior se hicieron muy atractivos nuestros productos, ya que incluso durante 1995 se presentó el escenario de poder adquirir en el mercado mexicano productos a su tercera parte del valor que guardaban hasta días antes del final de diciembre de 1994. Otro factor de suma importancia fue la entrada en vigor del

⁶ Citado en José Silvestre Méndez, Problemas Económicos de México, Ed. Mc Graw Hill, 4ta. Edición 1998, Pág. 304

Tratado de Libre Comercio con América del Norte, ya que facilitó el tránsito de mercancía y por consecuencia de capitales.

A partir de 1998 y hasta el 2003, se presentó un déficit en balanza comercial, el cual fundamentalmente fue causado por la recesión mundial, pero sobre todo por la de nuestro principal socio comercial, que son los Estados Unidos, los cuales hasta el 2002 seguían teniendo serias dificultades para lograr la reactivación de su economía. Aunque en el 2000, se presentó un evento histórico que significó el cambio del partido en el poder, no hubo gran variación en el saldo de las relaciones comerciales de México con el exterior, esto no fue ni para bien ni para mal, ya que el nuevo gobierno continuó con las políticas de comercio exterior y macroeconómicas del régimen anterior, ya que no logró realizar las modificaciones necesarias que necesitaba el país para un crecimiento económico, debido a diversos factores que lamentablemente fueron sobretodo políticos y de falta de capacidad.

Por otro lado hay que tener presente que desde hace mucho tiempo nuestro principal mercado externo lo constituye Estados Unidos, país con el cual realizamos cerca de las tres cuartas partes de nuestro comercio exterior (importaciones y exportaciones), proporción que fluctúa de acuerdo con la conveniencia de Estados Unidos; en segundo lugar, comerciamos con la Comunidad Económica Europea, Japón y otros países de América, aunque con un monto muy bajo. Esto nos hace dependientes de un solo mercado externo, por lo cual se hace necesario diversificar nuestros mercados.

Política Económica Exterior

La política económica exterior es la parte de la política económica general que se encarga de estudiar, proponer y aplicar las medidas, mecanismos e instrumentos que se refieren a las relaciones económicas con el exterior.

La política económica exterior a través de la aplicación de diversos mecanismos e instrumentos, persigue fines específicos de acuerdo a la actividad a que se oriente.

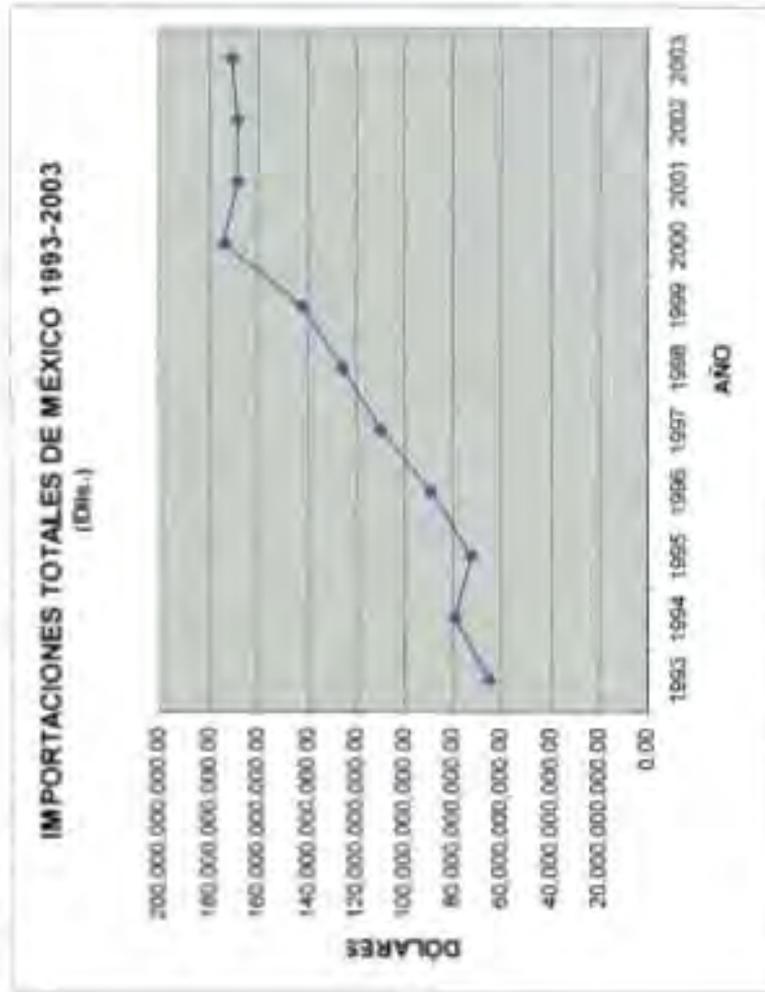
Sin embargo, el objetivo principal de la política exterior debe ser coadyuvar a la política económica general a lograr el desarrollo socioeconómico del país. Sobre ésta base analizaremos a continuación los diversos aspectos de la política económica exterior aplicados por el Estado mexicano de 1970 a la fecha.

Política de comercio exterior

La política de comercio exterior forma parte de la política económica de cualquier país, la cual es determinada por el gobierno en turno y consiste básicamente en como se desea conducir la economía de un país, para lo cual se emplean diversas medidas en materia comercial, monetaria, financiera y fiscal en los distintos sectores que la conforman.

A continuación, se presentan tres tablas con los datos estadísticos de importaciones, exportaciones y la consecuente balanza comercial, que comprende el periodo de 1993 a 2003 de México:

Gráfico 1



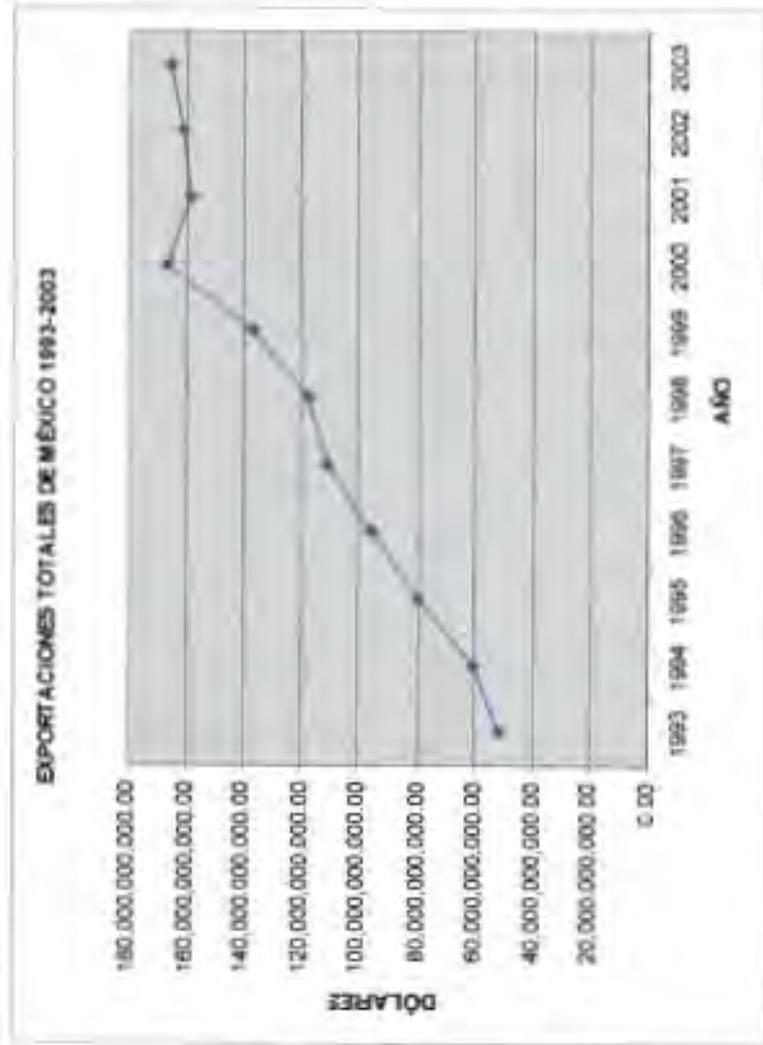
IMPORTACIONES TOTALES
1993-2003
(Dols.)

1993	65,366,542,040.00
1994	79,345,901,040.00
1995	72,453,066,718.00
1996	89,468,764,301.00
1997	109,808,200,889.00
1998	125,373,055,116.00
1999	141,974,762,801.00
2000	174,457,821,777.00
2001	168,396,435,171.00
2002	166,676,886,137.00
2003	170,958,208,584.00

Tabla 2

Fuente: (Tabla 2 y Gráfico 1): Banco de México. Información financiera y económica. Indicadores financieros y económicos. Indicadores y resumen de comercio exterior. www.bancomex.mx

Gráfico 2

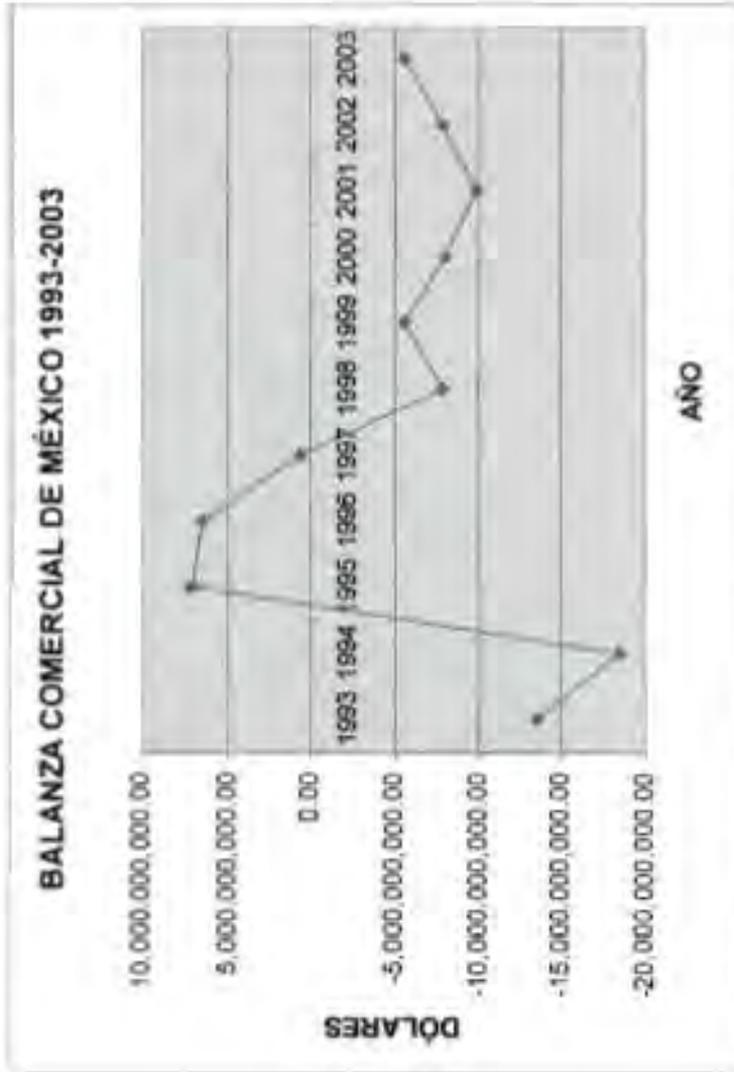
**EXPORTACIONES
TOTALES****1993-2003**

1993	51,885,971,602.00
1994	60,882,196,211.00
1995	79,541,551,620.00
1996	96,003,741,123.00
1997	110,431,497,348.00
1998	117,459,559,979.00
1999	136,391,122,685.00
2000	166,454,836,729.00
2001	158,442,879,081.00
2002	160,762,667,561.00
2003	165,355,248,901.00

Tabla 3

Fuente (Tabla 3 y Gráfico 2): Banco de México. Información financiera y económica. Indicadores financieros y económicos. Indicadores y resumen de contacto externo. www.bancomex.com.mx/indicadores/indicadores.htm

Gráfico 3

**BALANZA COMERCIAL**

1993-2003

1993	-13,480,570,438.00
1994	-18,463,702,829.00
1995	7,088,484,902.00
1996	6,534,976,822.00
1997	623,296,459.00
1998	-7,913,495,137.00
1999	-5,583,640,176.00
2000	-8,002,895,045.00
2001	-9,953,556,090.00
2002	-7,916,218,576.00
2003	-5,602,959,693.00

Tabla 4

Fuente (Tabla 4 y Gráfico 3): Banco de México, información financiera y económica, estadísticas financieras y económicas, indicadores y resúmenes de comercio exterior, www.bancomex.mx/indicadores/gob.mx

De acuerdo a los saldos de los diferentes años que presenta la Balanza comercial de México (1993-2003), podemos mencionar que en 1994 existe un superávit comercial que surgió con motivo de la devaluación de finales del mismo año del gobierno zedillista, dicho superávit continuó por un lapso de tres años, hasta convertirse en un déficit comercial en 1998 de (7,913,495,137.00), dicho déficit comercial continuó hasta el 2003 con un saldo de (5,602,959,683) y se espera la misma tendencia deficitaria para los próximos años, obedeciendo esto principalmente a la falta de programas que apoyen efectivamente a las pequeñas y medianas empresas para que con asistencia técnica y financiamiento pudieran ser competitivas y se incorporaran directa o indirectamente al proceso de exportación.

El gobierno mexicano ha realizado una apertura de las fronteras comerciales y atendiendo a ésta tendencia mundial se han firmado un elevado número de tratados comerciales, viendo en estos una forma de incrementar las exportaciones, pero si bien son una gran herramienta para lograr el objetivo establecido, no sirven de mucho si no se realiza un trabajo complementario, es decir, programas que apoyen a la industria y al campo, modificación de leyes fiscales que logren incentivar la exportación; sabemos que existen programas gubernamentales avocados a esto, pero la mayoría se vuelven inaccesibles para la pequeña y mediana industria y mucho más para los pequeños productores del campo, ahora bien, revisaremos éste conjunto de tratados comerciales.

México cuenta con una red de 13 Tratados de Libre Comercio. Con 43 países en tres continentes, lo que significa el acceso a 996 millones de personas

El siguiente cuadro, nos muestra los tratados comerciales, los países, la fecha de publicación, así como la entrada en vigor de los mismos:

Tratado	Países	Publicación D.O.F.	Entrada en vigor
TLCAN	Estados Unidos y Canadá	20 de diciembre de 1993	1 de enero de 1994
TLC-G3	Colombia y Venezuela	9 de enero de 1995	1 de enero de 1995
TLC México - Costa Rica	Costa Rica	10 de enero de 1995	1 de enero de 1995
TLC México - Bolivia	Bolivia	11 de enero de 1995	1 de enero de 1995
TLC México - Nicaragua	Nicaragua	1 de julio de 1998	1 de julio de 1998
TLC México - Chile	Chile	28 de julio de 1999	1 de agosto de 1999
TLCUEM	Unión Europea	26 de junio de 2000	1 de julio de 2000
TLC México - Israel	Israel	28 de junio de 2000	1 de julio de 2000
TLC México - TN	El Salvador, Guatemala y Honduras	14 de marzo de 2001	15 de marzo de 2001 con El Salvador y Guatemala y 1 de junio de 2001 con Honduras.
TLC México - AELC	Islandia, Noruega, Liechtenstein y Suiza	29 de junio de 2001	1 de julio de 2001
TLC México - Japón	Japón	18 de septiembre de 2004	01 de abril de 2004
TLC México - Uruguay	Uruguay	Pendiente	Pendiente

Fuente: www.secretariadeeconomia.gob.mx

Tabla 5

Ahora revisaremos específicamente el Tratado del Triángulo del Norte, que es parte medular de éste trabajo, ya que el proyecto de exportación que desarrollaremos al final del mismo es con un país que se encuentra dentro de éste (Guatemala).

1.3 Tratado de Libre Comercio México – Triángulo del Norte

El Tratado de Libre Comercio México - Triángulo del Norte, fue suscrito en la Ciudad de México el 29 de junio del 2000. El tratado entró en vigor el 15 de marzo de 2001 para Guatemala y El Salvador y el 1 de junio de 2001 para Honduras.

Este TLC da transparencia y certidumbre a los agentes económicos y abre nuevas y mejores oportunidades para la creación de empleos; incremento de las exportaciones; mayor disponibilidad de insumos y servicios para la industria nacional, atracción de nuevas inversiones y creación de alianzas estratégicas entre empresas.

Así también, el TLC favorecerá el fortalecimiento de la competitividad de las cuatro naciones involucradas y permitirá avanzar en la integración económica regional.

El TLC incluye los siguientes temas: acceso a mercados, comercio agropecuario, normas sanitarias y fitosanitarias, reglas de origen, procedimientos aduaneros, salvaguardas, prácticas desleales, comercio de servicios, inversiones y pagos relacionados, medidas relativas a normalización, propiedad intelectual y solución de controversias.

Las relaciones comerciales entre México y Guatemala se rigen por el Tratado de Libre Comercio México – Triángulo del Norte.

Guatemala es el principal socio comercial de México en Centroamérica. Al cierre de 2001, el intercambio con Guatemala representó 35.6% del total del comercio de México con los países del Istmo.

A continuación, se transcribe el Decreto Promulgatorio del Tratado de Libre Comercio, publicado en el Diario Oficial de la Federación con fecha 14 de marzo de 2001:

SEGUNDA SECCIÓN
SECRETARIA DE RELACIONES EXTERIORES

DECRETO Promulgatorio del Tratado de Libre Comercio entre los Estados Unidos Mexicanos y las Repúblicas de El Salvador, Guatemala y Honduras, firmado en la Ciudad de México, el veintinueve de junio de dos mil.

Al margen un sello con el Escudo Nacional, que dice: Estados Unidos Mexicanos.- Presidencia de la República.

VICENTE FOX QUESADA, PRESIDENTE DE LOS ESTADOS UNIDOS MEXICANOS, a sus habitantes, sabed:

El veintinueve de junio de dos mil, en la Ciudad de México, el Plenipotenciario de los Estados Unidos Mexicanos, debidamente autorizado para tal efecto, firmó ad referéndum el Tratado de Libre Comercio con las Repúblicas de El Salvador, Guatemala y Honduras, cuyo texto en español consta en la copia certificada adjunta.

El Tratado mencionado fue aprobado por la Cámara de Senadores del Honorable Congreso de la Unión, el catorce de diciembre de dos mil, según decreto publicado en el Diario Oficial de la Federación del diecinueve de enero de dos mil uno.

TRANSITORIOS

PRIMERO.- El Tratado de Libre Comercio entre los Estados Unidos Mexicanos y las Repúblicas de El Salvador, Guatemala y Honduras entrará en vigor en cada una de las Partes del Tratado, 30 días después de que, respectivamente, hayan intercambiado sus instrumentos de ratificación correspondientes que certifiquen que las formalidades jurídicas necesarias han concluido, conforme lo establece el artículo 21-01 del propio Tratado.

SEGUNDO.- La Secretaría de Relaciones Exteriores publicará en el Diario Oficial de la Federación la fecha de entrada en vigor del Tratado, de conformidad con lo dispuesto en el artículo primero anterior.

Por lo tanto, para su debida observancia, en cumplimiento de lo dispuesto en la fracción I del artículo 89 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, promulgo el presente Decreto, en la residencia del Poder Ejecutivo Federal, en la Ciudad de México, Distrito Federal, el cinco de marzo de dos mil uno.- Vicente Fox Quesada.- Rúbrica.- El Secretario del Despacho de Relaciones Exteriores, Jorge Castañeda Gutman.- Rúbrica.

**JUAN MANUEL GOMEZ ROBLEDO, CONSULTOR JURIDICO DE LA SECRETARIA DE RELACIONES EXTERIORES,
CERTIFICA:**

Que en los archivos de esta Secretaría obra copia certificada del Tratado de Libre Comercio entre los Estados Unidos Mexicanos y las Repúblicas de El Salvador, Guatemala y Honduras, firmado en la Ciudad de México, el veintinueve de junio de dos mil, cuyo texto en español es el siguiente:

**TRATADO DE LIBRE COMERCIO ENTRE LOS ESTADOS UNIDOS
MEXICANOS
Y LAS REPUBLICAS DE EL SALVADOR, GUATEMALA Y HONDURAS**

INDICE

Preámbulo

Capítulo I Disposiciones Iniciales

Capítulo II Definiciones Generales

Capítulo III Trato Nacional y Acceso de Bienes al Mercado

Capítulo IV Sector Agropecuario

Capítulo V Medidas Sanitarias y Fitosanitarias

Capítulo VI Reglas de Origen

Capítulo VII Procedimientos Aduaneros para el Manejo del Origen de las Mercancías

Capítulo VIII Medidas de Salvaguardia

Capítulo IX Prácticas Desleales de Comercio Internacional

Capítulo X Comercio Transfronterizo de Servicios

Capítulo XI Servicios Financieros

Capítulo XII Telecomunicaciones

Capítulo XIII Entrada Temporal de Personas de Negocios

Capítulo XIV Inversión

Capítulo XV Medidas Relativas a la Normalización

Capítulo XVI Propiedad Intelectual

Capítulo XVII Transparencia

Capítulo XVIII Administración del Tratado

Capítulo XIX Solución de Controversias

Capítulo XX Excepciones

Capítulo XXI Disposiciones Finales

Como observamos, al final del Decreto se encuentra descrita la estructura del Tratado Comercial, pero sería realmente complejo hacer una descripción total del mismo, por lo que a continuación presentaremos un análisis de la Secretaría de Economía del TLC TN, para lograr comprender de una manera más práctica los elementos del mismo:

TRATADO DE LIBRE COMERCIO CON EL TRIÁNGULO DEL NORTE

México, El Salvador, Guatemala y Honduras

Objetivo General

- Establecer una Zona de Libre Comercio que permita avanzar en el fortalecimiento de la integración entre México y Centroamérica.

Objetivos Específicos

- Estimular la expansión y diversificación del comercio de bienes y servicios.
- Promover condiciones de libre competencia.
- Eliminar las barreras al comercio y facilitar la circulación de bienes originarios y servicios.
- Eliminar las barreras al movimiento de capitales y personas de negocios.
- Aumentar las oportunidades de inversión.
- Proteger y hacer valer, de manera adecuada y efectiva, los derechos de propiedad intelectual.
- Establecer lineamientos, para la ulterior cooperación entre las partes, encaminados a ampliar y mejorar los beneficios del Tratado de Libre Comercio.
- Crear procedimientos eficaces para la aplicación y cumplimiento del tratado, su administración conjunta y solución de controversias.

Acceso a mercados

- Apertura comercial asimétrica para México tanto en tasas base como en plazos de desgravación.
- Eliminación de aranceles de inmediato para más de la mitad de las exportaciones mexicanas y el resto en plazos de desgravación de 3 a 11 años.
- Otorgamiento de trato nacional a bienes de las partes, de conformidad con lo dispuesto por el artículo 111 del GATT, de 1994.
- Existencia de programas de devolución, de diferimiento y de exención de aranceles aduaneros aplicados a bienes exportados.

- Prohibición de incrementar o establecer derecho aduanero alguno por concepto de servicio prestado por la aduana y eliminación de tales derechos sobre bienes originarios, a partir del 10 de enero de 2001.
- Desgravación arancelaria de forma inmediata a 65% de las exportaciones de México o en un plazo máximo de cuatro años.
- Acceso inmediato a productos como químicos, autopartes, vehículos pesados y ciertas herramientas; a mediano plazo, productos como llantas, textiles, confección, acumuladores y lápices; a largo plazo (de siete a diez años), productos como plásticos, pinturas, cables, pilas, plumas, bolígrafos, muebles, tornillos y electrodomésticos.

Instituciones

- Establecimiento de una Comisión Administradora, integrada por ministros o secretarios del ramo, de cada uno de los países signatarios; en caso contrario por sus sucesores.
- Instalación de comités ad hoc, permanentes o grupos de trabajo y de expertos.
- Existencia de una Subcomisión Administradora integrada por representantes de las partes, a nivel de subsecretario o Viceministro del ramo o sucesores designados.
- Creación de centros que ofrezcan información a los productores, consumidores y exportadores; asimismo, de instancias para que las autoridades correspondientes puedan resolver o consultar cualquier asunto sobre normalización.
- Establecimiento de comités especiales de consulta.

Evaluación General

- El Tratado de Libre Comercio de México con el Triángulo del Norte representa la apertura del principal mercado de exportación en la región de América Latina; pues actualmente recibe 20% de las exportaciones

mexicanas. Su ámbito de aplicación es entre México y el Triángulo del Norte y no entre los países que constituyen dicho triángulo.

- Es importante mencionar que quedan sin efecto los Acuerdos de Alcance Parcial signados por las partes a partir del 1º de enero de 2001; no obstante, se aplica un plazo de 30 días posteriores a la fecha respectiva, a los certificados de origen expedidos conforme a los AAP, mismos que deberán haber sido llenados con anterioridad, encontrarse vigentes y hacerse valer hasta por el plazo señalado.⁷

Identificación de Productos

Los productos que se pueden exportar a:

- El Salvador son: Hebillas, broches, remaches y cremalleras para carteras, selladores de balones, discos de aluminio, muebles metálicos, ropa de cama, manteles y cortinas, lamina acrílica, tubería galvanizada, cera y maquinaria para la fabricación de velas, software psicológico, equipos dentales, harina de trigo, centrifugas, repuestos para vehículos, resinas plásticas, artículos deportivos, dura panel, abarrotos en general, maquinarias inyectadas de plástico y metal, artículos plásticos para el hogar, cemento y cal, equipos, repuestos y accesorios para telecomunicaciones, productos ferreteros, herramientas eléctricas, materias primas para alimentos, productos de cerámica, vidrios para ventanas insumos agrícolas, orgánicos y químicos, llantas y acumuladores, entre otros.
- Guatemala demanda productos como: planta procesadoras de minerales, zinc, látex, artesanías de hojalata, hierro y madera, equipos contra incendios, calzado de piel para dama, paneles de tabla yeso, clinker, flores frescas, **papel bond para fotocopidora**, jugos concentrados y néctares, anticonceptivos, materiales y accesorios de hierro, software,

⁷ www.secretariadeeconomia.gob.mx Secretaría de Economía.

papel, cajas y bolsas para regalo, antibióticos, acero inoxidable, basculas para camiones, cerillo, laminas de plástico corrugado y láminas PVC, accesorios para mascotas, accesorios para limpieza, medicamentos genéricos, artículos de cocina, abarrotes en general, artículos promocionales, frutas y vegetales, envases plásticos para medicamentos, gas freón, implantes ortopédicos, chocolates, dulces y galletas, medidores eléctricos, software y hardware, materias primas para nutrición animal, productos homeopáticos en general, alimentos enlatados y confitería en general, pieles y telas sintéticas, calzado, PVC reciclado para inyección de calzado, lámparas y sillas y mesas plegables, materiales eléctricos, hilo acrílico, chamarras de piel, productos dentales, llantas y herramientas para camiones y tractocamiones, juguetes de plástico, sal refinada, fosfato dicálcico, entre otros.

- Honduras: paneles de tabla yeso, abarrotes, maquinaria para embolsar, gasas medicas y productos dentales en general.⁸

1.4 Relaciones comerciales México-Guatemala

“En América Latina, las ideas y procesos de integración económica se iniciaron en los años cincuenta del siglo pasado y se produjo el auge de la integración en los sesenta y parte de los setenta conformándose ALALC (Asociación Latinoamericana de Libre Comercio). A fines de los setenta y principios de los ochenta, ocurrió un declive y desinterés por la integración sin embargo ALALC se transformo en ALADI (Asociación Latinoamericana de Integración). Se inició un nuevo periodo a principios de los noventa, a partir de los primeros pasos para conformar el MERCOSUR, que se prolonga hasta la actualidad.

⁸ Inteligencia Comercial, donde exportar, Secretaria de Economía.

Durante el primer periodo, la integración fue concebida para reforzar y superar los límites del patrón de desarrollo “hacia adentro”, fundamentado en la industrialización por sustitución de importaciones (ISI). Buscaba el desarrollo nacional sobre la base de fortalecer los mercados internos en cada país y lograr un mercado ampliado en las áreas latinoamericanas, así como economías de escala y de alcance, un alto grado de protección externa, mayor capacidad de negociación y también un cierto grado de competencia externa para sectores monopólicos dominantes a escala nacional”⁹. La integración en éste periodo correspondía a un tipo de estrategia de crecimiento y tuvo importantes logros, pero también deficiencias e incumplimiento de los objetivos y compromisos originales. Al agotarse la estrategia de crecimiento, con ella también se agotó esa vía de la integración.

“Las relaciones de México con Guatemala se iniciaron propiamente después de la independencia de Guatemala que fue en el año de 1821 y una vez que se separó de México en 1823, pasaron 59 años para que se dieran por primera vez las relaciones económicas entre las dos naciones, ésta se dio en el año de 1882 con la implantación del capitalismo primario exportador, regido éste por los gobiernos liberales de Chiapas y Guatemala en plantaciones cafetaleras de gran escala.

En los años noventa, existían dos tendencias importantes en América Latina: a) el panamericanista dirigido por Estados Unidos, debido a una serie de razones que tienen que ver con la competencia de los grandes bloques; y b) la visión latinoamericanista del grupo del Mercosur liderado por Brasil que comenzó una unión aduanera en 1995, en la perspectiva de construir un mercado común, con libre circulación de capital y trabajo y también formas para coordinar políticas macroeconómicas

⁹ Martínez 1994: 20; Vuskovic 1994: 65; Ocampo 2000: 1. Dentro de Martínez Oswaldo, La ambivalencia de la integración económica latinoamericana; en la reestructuración mundial y América Latina, tomo II, Instituto de Investigaciones Económicas, UNAM, México, Pág. 17-38

La visión estadounidense ha tendido a prevalecer primero en el Tratado de Libre Comercio de Norteamérica, TLCAN, al cual se incorporó México, y luego en el proceso de constituir el Área de Libre Comercio de las Américas, ALCA.

El proceso de integración hemisférica en América Latina por la vía del ALCA se redefine bajo la hegemonía estadounidense, sustituye la visión latinoamericanista del periodo de la ISI y predomina sobre la modalidad de integración que ahora sugiere el Mercosur. En tal tendencia histórica de largo plazo, están inmersos y contribuyen, otros procesos regionales de integración como la integración de México con Centroamérica y en éste caso la integración de México y Guatemala.

México emergió con importante liderazgo en Centro América como producto del proceso político diplomático, de cooperación económica y de su actuación humanitaria, es decir, por su papel en la pacificación ante las guerras centroamericanas.

Ese papel de México tuvo motivaciones de evitar que se profundizara la intervención militar estadounidense en Centroamérica y también el de fortalecer su presencia en ésta área natural de influencia.

Esas condiciones favorecieron la iniciación de la primera fase del proceso de integración a partir de 1991 con la primera reunión de Tuxtla Gutiérrez hasta el 15 de marzo de 2001 en que entró en vigor el tratado de libre comercio entre México y el Triángulo Norte de Centroamérica (Guatemala, Honduras y El Salvador). Durante este periodo de 10 años, al amparo del proceso negociador mediante las cumbres de Tuxtla, avanzaron de hecho las relaciones de integración económica entre ambos países, en el ámbito comercial y de inversiones con saldos favorables para México. En este periodo, México utilizó un instrumento importante que fue el ABAP (Acuerdo Bilateral de Alcance Parcial).

La integración formal, en donde el TLC (tratado de libre comercio) y el PPP (Plan Puebla Panamá) son los nuevos ejes, constituye una nueva fase y genera diferente historicidad en el proceso de integración entre ambas economías. Los presidentes del Triángulo Norte de Centroamérica (TN) firmaron en la Ciudad de México el tratado de libre comercio, el cual, para el caso de Guatemala, entró en vigor el 15 de marzo de 2001. La prolongación de la negociación por 10 años y la posición de resistencia de los países del Triángulo Norte fue determinada por dos factores: a) los temas sensibles y b) la intención de CA de buscar un TLC con EU, actuando como una contratendencia al proceso de integración entre México y el TN.

El asunto de los temas sensibles se relaciona por una parte con la inexistencia de un proyecto de nación en Guatemala y los otros pequeños países y por tanto de las políticas reales y no las retóricas, de desarrollo económico y de defensa del mercado por parte de los países centroamericanos. Esto se conjugó con la mayor capacidad negociadora de México.

La intención de buscar un tratado comercial con Estados Unidos explica en parte el por qué gobiernos y cámaras empresariales centroamericanas daban menor interés y prioridad al tratado comercial con México, actitud que cambió después de que Estados Unidos solamente les concedió ventajas menores en el marco de la Iniciativa de la Cuenca del Caribe.

Los factores que determinaron el mantener el rumbo del proceso hacia la integración formal fueron, por una parte, la integración de hecho que fue progresando rápidamente bajo la sombra de las negociaciones y también la convergencia por mantenerse unidos en torno al objetivo de incorporarse al ALCA, aspecto en el que México fue el factor aglutinador mediante las cumbres de Tuxtla.

Existen grandes asimetrías entre México y Guatemala en cuanto a tamaño y desarrollo relativo, factores que influyen en el proceso de integración.

México es mayor que Guatemala 18 veces en territorio, 9 veces en población total, 9.5 veces en fuerza laboral, 26 veces en términos del PIB y 3 veces en el ingreso per cápita. Tales indicadores resaltan grandes diferencias en recursos naturales, capacidad de producción, desarrollo de fuerzas productivas, mercado interno y, en general, en cuanto a la complejidad estructural del sistema económico social mexicano respecto al guatemalteco.

En términos de desarrollo relativo, la composición de la producción en México muestra mayor proporción de producción industrial, rama a la vez más diversificada en su interior. La formación bruta de capital fijo como proporción del PIB es más elevada en México, aspecto que se relaciona con las diferencias de productividad y uso del excedente económico; la fuerza de trabajo tiene mejor grado de alfabetismo y escolaridad; y predomina la población y la economía urbana en comparación con la gran importancia que lo rural tiene en Guatemala.

En México, el crecimiento del PIB fue más dinámico en el periodo 1965–1980 y menos afectado por la crisis del periodo 1980–1990, mejor también el crecimiento del ingreso per cápita. El crecimiento del comercio exterior ha sido superior y más diversificado en México y enormes las diferencias en términos de captación de inversión extranjera directa. En otras palabras, el grado de desarrollo capitalista es mucho más avanzado en México en relación con Guatemala. La economía guatemalteca, además de ser más pequeña, presenta menores posibilidades para el desarrollo.

El tratado vino entonces a dar un marco legal a situaciones ya desarrolladas de hecho durante ese periodo. Resultó ser un acuerdo simétrico, porque el trato a las asimetrías, por la vía de los plazos de desgravación, no incluye elementos sustanciales para compensar los efectos negativos, que se generarán por el devenir del libre comercio entre economías asimétricas.

EL contenido del TLCTN es similar en capítulos y disposiciones a la estructura del TLCAN y no existen instrumentos de supranacionalidad, de parte de

los países del TN. Cada país negoció con México su propia desgravación, excepciones, etcétera. La agenda del tratado es principalmente comercial el 60 por ciento (7,200) de las 12 mil posiciones arancelarias mexicanas entrarán a los países del TN sin pagar aranceles, mientras que el 76 por ciento (4,500) de las 6 mil de los países del TN entrarán a México en las mismas condiciones. Los productos restantes serán sujetos a plazos de desgravación, a reglas de origen y a salvaguardas. Guatemala aceptó la exclusión de los principales productos de exportación agrícola, pero le favoreció la exclusión de otros productos como el cemento, al igual que el acceso de bienes industriales y agrícolas, normas técnicas, sanitarias, y ciertos aspectos de las reglas de origen.

El tratado consolida la desregulación de la inversión extranjera tanto mexicana como de otros países. La garantiza y fortalece en tanto excluye requisitos de desempeño, lo cual es desfavorable para los procesos de desarrollo económico en ambas economías.

El TLCTN es también desfavorable para la economía pequeña en los siguientes aspectos: el débil trato que da a las asimetrías; las reglas de origen son poco favorables; y no tiene acuerdos sobre temas sociales, ambientales, desarrollo regional, cooperación fronteriza y derechos humanos (especialmente en garantizar los derechos recíprocos de los emigrantes indocumentados que van hacia EU y de los trabajadores agrícolas temporales y sus familias). En otras palabras, carece de compromisos sustantivos de cooperación internacional para la convergencia del desarrollo; no presenta una visión integral de política exterior mexicana, que acopie los lazos históricos y culturales entre ambos pueblos y países, para trascender el contenido comercial y asumir un espíritu de genuino apoyo solidario para el desarrollo de la región centroamericana.

En algunos aspectos, es favorable a la economía pequeña porque vino a superar al ABAP como instrumento de entrada a la economía mayor; ofrece certidumbre a los agentes económicos sobre los temas de desgravación arancelaria, procedimientos y mecanismos aduaneros, reglas de origen, flujos comerciales e inversión; y si existiera la intención, podría contribuir a establecer

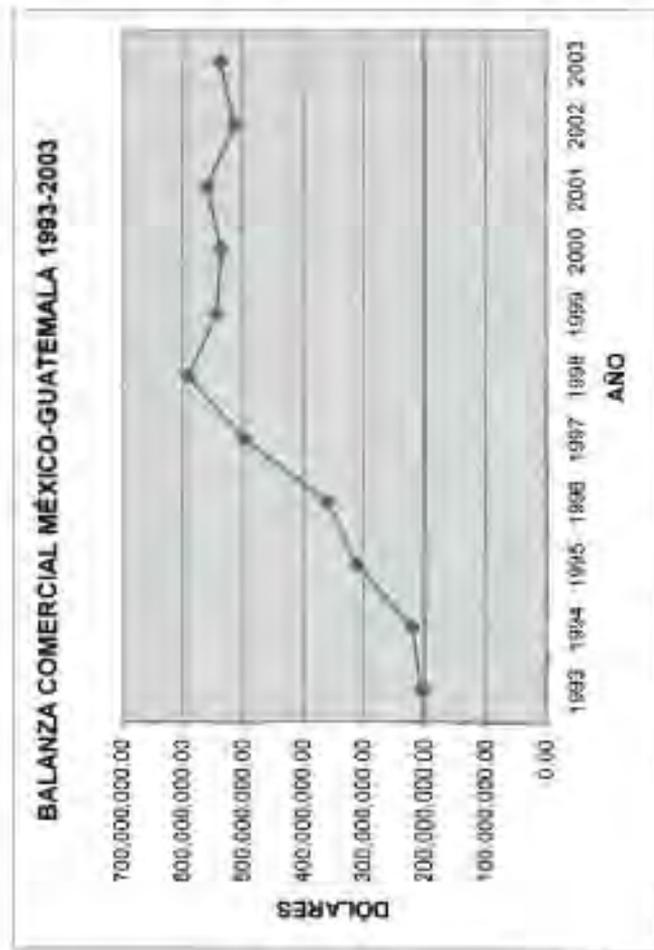
alianzas estratégicas entre empresas centroamericanas y mexicanas en condiciones de equidad.”¹⁰

A continuación, presentamos la balanza comercial de México-Guatemala, para interpretar cual ha sido la tendencia de las relaciones comerciales:

(Ver siguiente página)

¹⁰ Martínez Oswaldo, La ambivalencia de la integración económica latinoamericana; en la reestructuración mundial y América Latina, tomo II, Instituto de Investigaciones Económicas, UNAM, México, Pág. 17-38.

Gráfico 4



**BALANZA COMERCIAL
MÉXICO-GUATEMALA
1993-2003**

(Dols.)

1993	203,888,063.00
1994	216,277,908.00
1995	310,189,631.00
1996	360,169,228.00
1997	498,428,228.00
1998	591,136,266.00
1999	543,582,141.00
2000	535,202,358.00
2001	559,663,490.00
2002	513,925,556.00
2003	536,782,800.00

Tabla 6

Fuente: (Tabla 6) y Gráfico 4): Banco de México, información financiera y económica, indicadores financieros y económicos, indicadores y resumen de comercio exterior, comercio exterior por país, Guatemala, www.bancomexico.gob.mx

Como podemos observar en la gráfica anterior, el saldo de la Balanza Comercial de 1993 a 2003 ha sido superávitaria, con un nivel constante de crecimiento, dando como resultado un incremento del 263%, ya que pasó de 203,888,063.00 Dlls. a 536,782,800.00 Dlls., y en el año de 1998 tenemos el superávit mayor de los últimos 10 años, ya que si bien se mantiene durante los próximos cinco años en la barrera de los 500 millones de dólares, no alcanza el nivel que se tuvo en el '98.

CAPÍTULO 2. SECTOR INDUSTRIAL DEL PAPEL

2.1 Antecedentes

¿Qué es la industria?

Para ubicar las características de la industria papelera partiremos de la definición de industria, que a nivel elemental nos define un autor: "La industria es el conjunto de actividades económicas que tienen como finalidad la transformación y la adaptación de recursos naturales y materias primas semielaboradas en productos acabados de consumo final o intermedio que son los bienes materiales o mercancías"¹¹

"Éste conjunto de actividades económicas que se realiza en empresas industriales, forma el sector secundario de la economía que en la actualidad se conoce como sector industrial. Éste sector se subdivide en dos subsectores, que son: Industria Extractiva e Industria de la Transformación.

La Industria Extractiva es el conjunto de actividades que se realizan con el objeto de extraer del subsuelo algunos recursos naturales que son utilizados en la economía, sobre todo los minerales y el petróleo. La Extractiva se divide en

¹¹ José Silvestre Méndez, Problemas Económicos de México, Ed. Mc Graw Hill, Pag. 131

Como podemos observar en la gráfica anterior, el saldo de la Balanza Comercial de 1993 a 2003 ha sido superávitaria, con un nivel constante de crecimiento, dando como resultado un incremento del 263%, ya que pasó de 203,888,063.00 Dlls. a 536,782,800.00 Dlls., y en el año de 1998 tenemos el superávit mayor de los últimos 10 años, ya que si bien se mantiene durante los próximos cinco años en la barrera de los 500 millones de dólares, no alcanza el nivel que se tuvo en el '98.

CAPÍTULO 2. SECTOR INDUSTRIAL DEL PAPEL

2.1 Antecedentes

¿Qué es la industria?

Para ubicar las características de la industria papelera partiremos de la definición de industria, que a nivel elemental nos define un autor: "La industria es el conjunto de actividades económicas que tienen como finalidad la transformación y la adaptación de recursos naturales y materias primas semielaboradas en productos acabados de consumo final o intermedio que son los bienes materiales o mercancías"¹¹

"Éste conjunto de actividades económicas que se realiza en empresas industriales, forma el sector secundario de la economía que en la actualidad se conoce como sector industrial. Éste sector se subdivide en dos subsectores, que son: Industria Extractiva e Industria de la Transformación.

La Industria Extractiva es el conjunto de actividades que se realizan con el objeto de extraer del subsuelo algunos recursos naturales que son utilizados en la economía, sobre todo los minerales y el petróleo. La Extractiva se divide en

¹¹ José Silvestre Méndez, Problemas Económicos de México, Ed. Mc Graw Hill, Pag. 131

minería e Industria petrolera. A su vez, la minería se divide en metálicos y minerales no metálicos.

La Industria de la Transformación es el conjunto de actividades económicas que se realizan con el objeto de producir bienes materiales o mercancías que han tenido algún cambio durante el proceso productivo. Esa industria se encuentra formada por todas aquellas ramas de la economía que se dedican a la transformación de recursos naturales y de materias primas. Ejemplo de algunas ramas que podemos citar; el envasado de frutas y legumbres, refrescos embotellados, abono y fertilizantes, vehículos, aparatos electrodomésticos, etcétera.

Hay relaciones entre los tres sectores de la economía llamadas relaciones intersectoriales. Ejemplo de éstas relaciones intersectoriales son: el sector agropecuario le vende materias primas agrícolas al sector industrial y le compra fertilizantes, abonos y maquinaria agrícola. El sector servicios le compra alimentos al sector agropecuario, éste solicita servicios financieros, comerciales y de transporte al sector servicios. El sector industrial vende al sector servicios, muebles, equipo de oficina, camiones, etcétera. El sector servicios le proporciona a la industria servicios profesionales, médicos, financieros, etcétera.

Por lo anteriormente mencionado se hace necesario señalar que la industria produce tres tipos de bienes, los cuales son: Bienes de consumo no duradero, bienes de consumo duradero, bienes intermedios y de capital.¹²

□ Bienes de consumo no duradero. Son aquellos que produce la industria y se consumen rápidamente o en forma inmediata. Algunas ramas productoras de bienes de consumo no duradero son: envasado de frutas y

¹² José Silvestre Méndez, Fundamentos de Economía, Ed. Mc Graw Hill. Tercera edición 1999. Pág. 257

legumbres, procesamiento de café, bebidas alcohólicas, cuero y sus productos, imprenta y editoriales, etcétera.

□ Bienes de consumo duradero. Los bienes de consumo duradero son los que no se consumen inmediatamente, duran mucho y se van consumiendo poco a poco, por ejemplo algunas ramas productoras de bienes de consumo duradero son: aparatos eléctricos, aparatos electrodomésticos, vehículos automotores, etcétera.

□ Bienes intermedios. Son las materias primas o insumos que ya han sufrido una transformación pero que no satisfacen necesidades finales y que requieren ser transformados para convertirse en bienes de consumo o de capital. Algunas ramas productoras de bienes intermedios son: petroquímica básica, abonos y fertilizantes, química básica, productos de hule, etcétera.

□ Bienes de capital o bienes de inversión. Son aquellos bienes que ayudan a producir otros bienes, por ejemplo algunas ramas productoras de bienes de capital son: maquinaria y equipo no eléctrico.

Una vez definido qué es la industria y los tipos de bienes en que se divide, continuaremos con un breve comentario sobre las condiciones que ha vivido el sector industrial.

"La industria mexicana durante los periodos de gobierno anteriores al de Miguel de la Madrid se encontraron maniatados por una política proteccionista y de estado, lo que los llevaba a una condición de estancamiento, es decir, el gobierno protegía un mercado interno, con políticas populistas y paternas,

Cuando los grandes capitales internacionales por medio del Banco Interamericano de Desarrollo (BID), el Fondo Monetario Internacional, y los préstamos del gobierno estadounidense, obligan al gobierno mexicano a una condición de apertura de fronteras comerciales, sin darle tiempo a proteger su mercado interno.

El instrumento fundamental utilizado como punta de lanza de esta estrategia de liberar el mercado mexicano, fue la apertura comercial (que arrancó en 1984 con el programa de sustitución de permisos previos por aranceles, el cual hacia 1985 había liberalizado más del 85% de las fracciones arancelarias manufactureras; prosiguió con el ingreso de México al GATT en 1986 y con la instrumentación del programa de desgravación arancelaria que, iniciado en abril de 1986, se propuso reducir en treinta meses el techo arancelario del 50% al 30% y se precipitó con el Pacto de Solidaridad Económica decretado en diciembre de 1987, que redujo de golpe el arancel máximo al 20%)

De esta forma la industria manufacturera mexicana se ve reducida a una condición de sustento para los grandes monopolios internacionales. Es así, como el sector manufacturero mexicano sufre las consecuencias de la apertura comercial y se convierte únicamente en el 14% de propiedad nacional."¹³

2.2 Estructura y características del Sector Industrial del Papel

A continuación presentaremos la información de la producción total de papel, de manera general, para después hacer un análisis de la producción de papel por grupos y por tipos, así mismo, podremos establecer los principales fabricantes de papel y conocer los niveles de participación por entidad federativa, lo que nos ayudará para tener una idea general de las características y estructura del Sector Industrial del Papel.

¹ Véase GATT, mecanismo de examen de las políticas comerciales; México, informe de la secretaria, Ginebra, 1993, Eduardo Gitli, "México: notas para un balance de la política comercial del sexenio 1983-1988", él E. Gitli (coord.), Estudios sobre el sector externo mexicano, UAM-A, 1990, y Aldo R. Flores Quiroga, proteccionismo versus librecambio; op. cit.

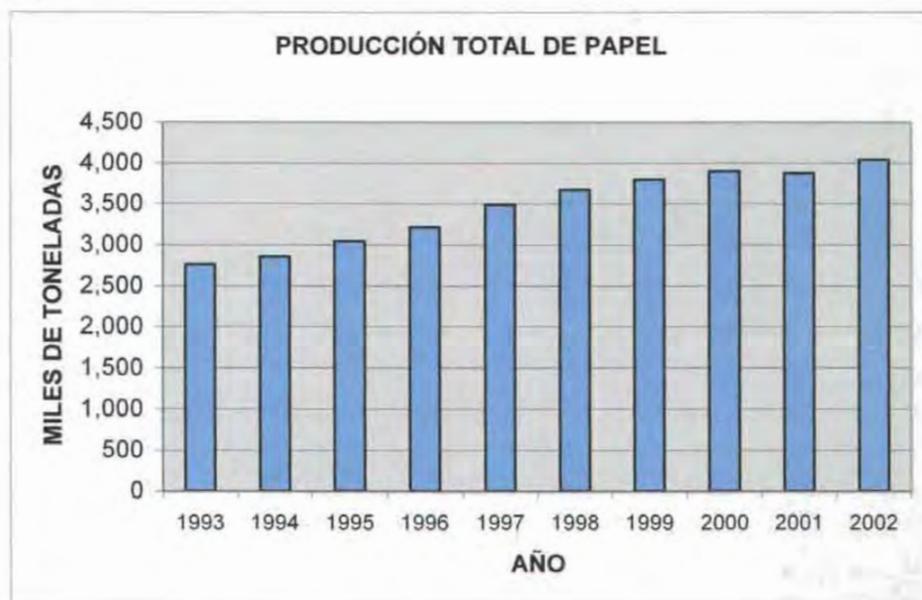
PRODUCCIÓN TOTAL DE PAPEL
(Miles de Toneladas Métricas)

CONCEPTO	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002
Producción Tons.	2,763	2,860	3,047	3,219	3,491	3,669	3,796	3,897	3,875	4,037
Variación Tons.	-	96.729	186.99	172.10	272.24	177.86	126.71	100.92	-	162.11
	61.794		1	6	2	5	3	3	21.259	9
Variación (%)	-2.20	3.50	6.50	5.60	8.50	5.10	3.50	2.70	-0.50	4.20

Fuente: Datos de las Fabricas. Memoria Estadística, Cámara Nacional de la Industria de la Celulosa y del Papel, 2003.

Tabla 7

Gráfico 5



Fuente: Datos de las Fabricas. Memoria Estadística, Cámara Nacional de la Industria de la Celulosa y del Papel, 2003.

La producción ha tenido una tendencia a la alza, como se puede apreciar en la gráfica anterior a partir de 1993 y hasta el 2002, a excepción del año de 2001, año en el cual encontramos una variación de .5% a la baja, variación que se recuperó en el año siguiente (2002) con una variación positiva de 4.2%, con lo que se recuperó la tendencia que se tenía desde 1993. La tendencia de la variación en la producción total de papel, nos muestra el crecimiento que ha tenido

ésta industria, en otro apartado del presente trabajo, observaremos las expectativas para los siguientes años.

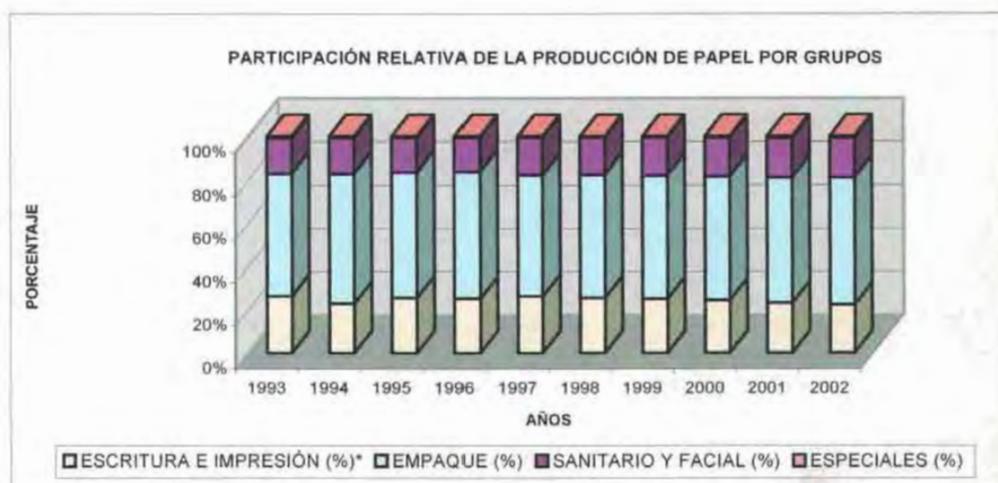
PARTICIPACIÓN RELATIVA DE LA PRODUCCIÓN DE PAPEL POR GRUPOS

GRUPOS	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002
ESCRITURA E IMPRESIÓN (%)*	26.2	22.8	25.4	25.1	26.2	25.4	24.9	24.2	23.1	22.2
EMPAQUE (%)	56.7	60.1	58.1	58.7	56.0	57.1	57.1	57.4	58.0	58.9
SANITARIO Y FACIAL (%)	16.1	16.2	15.7	15.4	17.1	16.9	17.4	17.7	17.8	18.0
ESPECIALES (%)	1.0	0.9	0.8	0.8	0.7	0.6	0.6	0.7	1.1	0.9
TOTAL (%)	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

Fuente: Datos de las Fabricas. Memoria Estadística, Cámara Nacional de las Industrias de la Celulosa y del Papel, 2003. *Incluye Papel para Periódico

Tabla 8

Gráfico 6



Fuente: Datos de las Fabricas. Memoria Estadística, Cámara Nacional de las Industrias de la Celulosa y del Papel, 2003. *Incluye Papel para Periódico

En la gráfica anterior, observamos que el grupo de mayor participación en la producción de papel es el de Empaque con un 57.81% en promedio en el periodo establecido en la tabla, el cual corresponde a partir del año de 1993 y hasta 2002, en segundo lugar observamos el grupo de Escritura e Impresión con un 24.55%, que es en el que se encuentra el papel bond, producto que es el objeto del presente trabajo, y en menor proporción encontramos los siguientes dos grupos que son el de papel Sanitario y Faciales y el de papeles Especiales.

PRODUCCIÓN DE PAPEL POR TIPOS
(Toneladas Métricas)

TIPOS	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002
1. PAPEL ESCRITURA E IMPRESIÓN	722,750	653,264	774,009	808,387	915,949	931,278	945,449	943,047	897,099	894,855
1.1 Papel	678,676	616,450	744,050	778,220	892,395	909,338	9,026,545	914,726	878,388	880,074
1.1.1 Aéreo y copia	4,178	1,825	1,811	1,527	838	856	1,762	2,404	1,726	2,143
1.1.2 Bond	403,688	359,209	438,616	444,732	551,578	541,495	617,870	602,725	597,656	630,325
1.1.3 Ediciones	102	0	0	0	0	0	0	0	0	0
1.1.4 Recubierto	37,171	37,587	38,948	62,192	53,875	55,473	59,740	54,832	40,337	50,834
1.1.5 Periódico	216,449	213,964	264,675	289,169	286,104	311,515	247,173	2,547,654	238,689	196,772
1.1.6 Libros de texto	17,110	3,885	0	0	0	0	0	0	0	0
1.2 Cartulina	44,074	36,814	29,959	30,167	23,554	21,938	18,904	28,321	18,711	14,781
1.2.1 Sin Recubrir	24,490	23,308	18,956	18,595	10,951	10,371	5,215	17,503	13,093	9,388
1.2.2 Recubierto	19,584	13,506	11,003	11,572	12,603	11,567	13,689	10,818	5,618	5,393
2. EMPAQUE	1,567,770	1,718,258	1,771,788	1,890,565	1,956,656	2,093,492	2,187,651	2,235,317	2,247,755	2,378,841
2.1 Papel	1,321,948	1,437,917	1,509,152	1,609,412	1,685,911	1,771,917	1,822,598	1,879,750	1,905,039	2,038,432
2.1.1 Sacos	188,211	164,042	148,144	181,033	179,219	175,863	180,920	181,859	146,764	161,828
2.1.2 Bolsas	22,352	20,669	47,815	41,756	37,126	31,091	30,547	19,040	33,933	47,729
2.1.3 Envoltura	48,499	42,115	37,869	39,764	42,860	40,050	25,975	29,542	27,104	26,615
2.1.4 Liner	622,784	696,036	699,339	786,940	825,128	860,969	882,901	917,356	951,271	1,039,724
2.1.5 Corrugado medio	423,184	496,165	556,665	529,234	566,795	612,931	654,327	678,436	701,018	721,977
2.1.6 Conos y tubos	16,918	18,888	19,320	30,685	34,783	42,013	47,928	53,517	44,949	50,350
2.2 Cartoncillo	245,822	280,342	262,636	281,153	270,745	321,575	3,045,053	365,567	342,716	340,409
2.2.1 Dúplex sin recubrir	10,639	8,772	8,437	8,023	8,003	5,872	6,365	9,081	9,358	9,448
2.2.2 Dúplex recubierto	223,839	261,980	248,452	265,567	255,032	307,480	328,224	334,382	323,999	320,407
2.2.3 Gris	11,344	9,590	5,747	7,563	7,710	8,223	10,474	12,104	9,359	10,554
2.2.4 Cartoncillos líquidos comestibles	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
3. SANITARIO Y FACIAL	446,748	463,564	477,466	493,500	595,476	621,566	661,522	691,213	688,694	726,827
4. ESPECIALES	26,165	25,075	23,890	26,807	23,420	23,032	21,457	27,425	42,195	38,339
4.1 Glassine	4,228	3,936	3,330	3,805	4,264	3,754	3,999	2,852	2,896	3,979
4.2 China	733	736	1,413	1,761	1,672	1,067	1,948	1,948	1,948	1,948
4.3 Otros	14,689	14,060	12,863	14,380	11,818	12,641	10,796	18,694	32,923	28,223
4.4 Base para siliconizar	1,933	1,594	1,329	1,358	1,417	1,226	1,524	1,527	1,448	1,452
4.5 Kraft para impregnación	813	183	0	0	0	0	0	0	0	0
4.6 Papel cigarrillo	3,606	4,530	3,881	3,812	4,229	4,344	3,190	2,404	2,980	2,737
4.7 Base una vez	163	16	1,074	1,711	0	0	0	0	0	0
TOTAL	2,763,433	2,860,162	3,047,153	3,219,259	3,491,501	3,660,366	3,696,079	3,897,002	3,865,743	4,037,862

Fuente: Datos de las Fabricas. Memoria Estadística, Cámara Nacional de las Industrias de la Celulosa y del Papel, 2003. En los años de 1997, 1998 y 1999 se reestructuraron los papeles para escritura e impresión por las empresas asociadas. En el 2001 las cifras de liner, médium y otros especiales se modifican de acuerdo al análisis efectuado por la Comisión de Planeación y Estadísticas de la CNICP.

Tabla 9

En el periodo comprendido en la tabla anterior (1993-2002), podemos observar el crecimiento general en los diferentes tipos de papel, y en el que nos atañe directamente, que es el papel bond, encontramos una tendencia general de crecimiento, aunque en los años de 2000 y 2001 se encuentra una disminución en

la producción, pero se recupera en el año de 2002, llegando a 630,325 toneladas métricas, lo que contribuye a continuar con la tendencia que se ve interrumpida en los años mencionados anteriormente, ya que en 1999 la producción fue de 617,870 toneladas métricas, así que observamos que la producción de 2002 es superior, por lo que no solo se recupera con respecto al año anterior, sino que logra continuar con los niveles de crecimiento que se tenían hasta 1999.

En general encontramos un crecimiento en el sector industrial del papel, que hemos comentado de acuerdo a los datos encontrados, así mismo, en el caso específico del papel bond, la tendencia es similar a la de los demás tipos de papel.

En la siguiente tabla llamada "Matriz de las empresas productoras de celulosa y papel", encontraremos enlistadas a las empresas del país productoras de celulosa y papel, así como los productos que fabrican cada una de ellas, lo que nos ayudará a tener un panorama completo de esta industria.

De acuerdo a la matriz que se presenta podemos establecer las principales empresas que fabrican el papel bond, mismo que de acuerdo a la simbología establecida al final de la misma aparece denominado con la letra "B".

- Cía. Papelera el Fénix, S.A. de C.V.
- Corporación Durango, S.A. de C.V.
- Fabrica de papel San José, S.A. de C.V.
- Grupo Coparmex
- Kimberly Clark de México, S.A. de C.V.
- Madrueño y Cia., S.A. de C.V.

Quedando así, establecidos los fabricantes nacionales de papel bond.

PRODUCCIÓN DE PAPEL POR GRUPOS Y POR ENTIDADES FEDERATIVAS Y SU PARTICIPACIÓN RELATIVA RESPECTO DEL TOTAL DE 2002
(Toneladas Métricas)

ESTADOS	CONCEPTOS									
	ESCRITURA E IMPRESIÓN*		EMPAQUE		SANITARIO Y FACIAL		ESPECIALES		TOTAL	
	VOL.	%	VOL.	%	VOL.	%	VOL.	%	VOL.	%
Baja California Norte	0.0	---	24,188.0	1.0	39,456.0	5.4	0.0	---	63,644.0	1.6
Chihuahua	132,621.0	14.8	98,503.0	4.1	0.0	---	0.0	---	231,124.0	5.7
Coahuila	0.0	---	0.0	---	92,947.0	12.8	0.0	---	92,947.0	2.3
Distrito Federal	10,625.0	1.2	198,836.0	8.4	0.0	---	0.0	---	209,461.0	5.2
Durango	0.0	---	223,449.0	9.4	0.0	---	0.0	---	223,449.0	5.5
Jalisco	0.0	---	201,067.0	8.5	0.0	---	0.0	---	201,067.0	5.0
México	104,277.0	11.7	732,235.0	30.7	198,900.0	27.4	6,409.0	16.7	1,041,821.0	25.8
Michoacán	116,644.0	13.0	0.0	---	67,086.0	9.2	0.0	---	183,730.0	4.6
Morelos	0.0	---	68,099.0	2.9	0.0	---	0.0	---	68,099.0	1.7
Nuevo León	11,129.0	1.2	438,316.0	18.4	35,997.0	5.0	26,614.0	69.4	512,056.0	12.6
Oaxaca	104,593.0	11.7	0.0	---	0.0	---	0.0	---	104,593.0	2.6
Puebla	0.0	---	16,775.0	0.7	0.0	---	0.0	---	16,775.0	0.4
Querétaro	129,501.0	14.5	176,467.0	7.4	128,145.0	17.7	0.0	---	434,113.0	10.8
San Luis Potosí	98,440.0	11.0	54,344.0	2.3	20,452.0	2.8	0.0	---	173,236.0	4.3
Sonora	0.0	---	61,628.0	2.6	0.0	---	0.0	---	61,628.0	1.5
Tlaxcala	0.0	---	37,737.0	1.6	63,738.0	8.8	5,316.0	13.9	106,791.0	2.6
Veracruz	187,025.0	29.9	47,197.0	2.0	79,106.0	10.9	0.0	---	313,328.0	7.8
Total	894,155.0	100.0	2,378,841.0	100.0	725,827.0	100.0	38,339.0	100.0	4,037,862.0	100.0

Fuente: Datos de las Fabricas. Memoria Estadística, Cámara Nacional de las Industrias de la Celulosa y del Papel, 2003. *Incluye Papel para Periódico

Tabla 10

En la presente tabla, podemos observar los porcentajes de la producción de papel por grupos y por entidades federativas en el año de 2002, y en la cual logramos apreciar que el porcentaje mayor por entidad federativa lo tiene el Estado de México con el 25.8%, lo que nos indica que es aquí donde se encuentran localizadas la mayor cantidad de empresas que se dedican a éste rubro, ahora bien, si observamos específicamente el grupo de papel para Escritura e Impresión, encontraremos que es en el estado de Veracruz donde se encuentra la mayor producción de este tipo de papel con un 29.9%, y en segundo lugar el

Estado de Chihuahua con un 14.8%, pero este último no se encuentra más que un .3% arriba de Querétaro, lo que significa que prácticamente se encuentran en el mismo volumen de producción, por lo que podemos decir que en estos tres estados de la república se encuentra contenido el 59.2% de la producción nacional del tipo de papel para Escritura e Impresión.

2.3 Contribución al desarrollo nacional

“De acuerdo con cifras preliminares del Sistema de Cuentas Nacionales de México que lleva a cabo el Instituto Nacional de Estadística Geografía e Informática (INEGI), estimamos que durante 2002 el Producto Interno Bruto (a precios de 1993) el sector celulósico-papelero registró un decremento del 0.7%. Así mismo, se estima que éste sector representó 0.4% del Producto Interno Bruto Nacional; 1.5% del industrial y 2.0% del manufacturero.

La capacidad instalada para la producción de celulosa en 2002 representó 804 mil toneladas, mientras que la capacidad instalada para la fabricación de papel fue de 5 millones 128 mil toneladas.

El total de la capacidad de fabricación de celulosa y papel, se distribuyó en 64 plantas y 18 entidades, incluyendo el Distrito Federal, dando empleo directo a 28,635 personas.”¹⁴

A continuación observaremos algunas estadísticas que nos ayudarán a apreciar la contribución del sector industrial papelero en el desarrollo nacional.

¹⁴ Lic. Ernesto Zamora Sánchez, Director de Estadísticas y Evaluación, Cámara Nacional de las Industrias de la Celulosa y del Papel, Memoria Estadística 2003. Pág. 11.

TASAS DE CRECIMIENTO DEL PIB NACIONAL, INDUSTRIAL, MANUFACTURERO E INDUSTRIAL DE LA CELULOSA Y DEL PAPEL*

CONCEPTO				
AÑOS	P. I. B. NACIONAL (%)	P. I. B. INDUSTRIAL (%)	P. I. B. MANUFACTURERO (%)	P. I. B. IND. DE LA CELULOSA Y DEL PAPEL (%)
1993	1.90	0.29	-0.67	-2.25
1994	4.50	4.81	4.07	2.89
1995	-6.20	-7.83	-4.94	1.41
1996	5.10	10.11	10.83	9.67
1997	6.80	9.25	9.94	4.77
1998	4.90	6.32	7.37	5.51
1999	3.70	4.23	4.21	6.33
2000	6.60	6.00	6.90	1.76
2001	-0.30	-3.50	-3.70	-2.55
2002/p	0.90	0.00	-0.60	-0.71

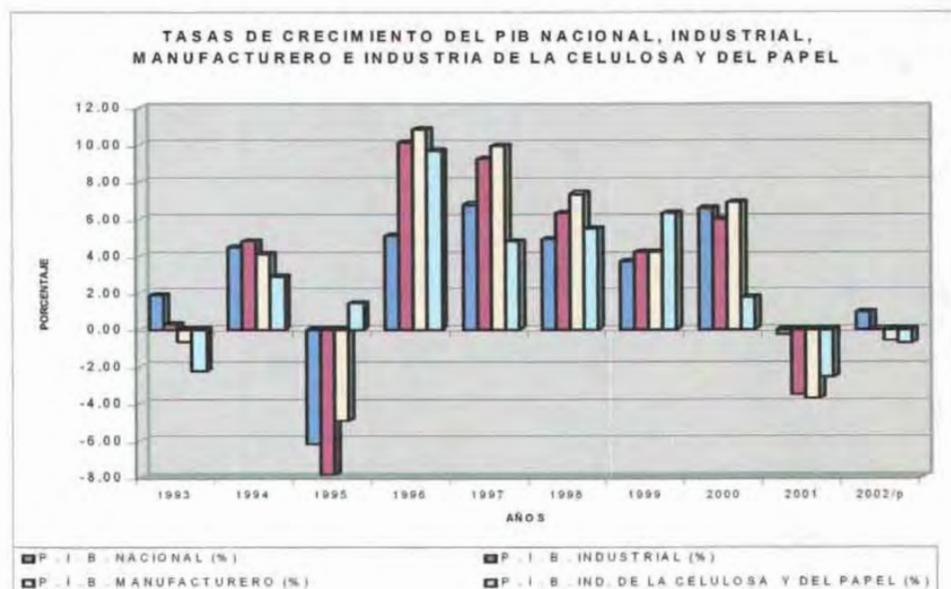
Fuente: Instituto Nacional de Estadística Geografía e Informática, Sistema de Cuentas Nacionales de México.

*Datos calculados en base a miles de millones de pesos de 1993.

p/ Preliminares

Tabla 11

Gráfico 7



Fuente: Instituto Nacional de Estadística Geografía e Informática, Sistema de Cuentas Nacionales de México.

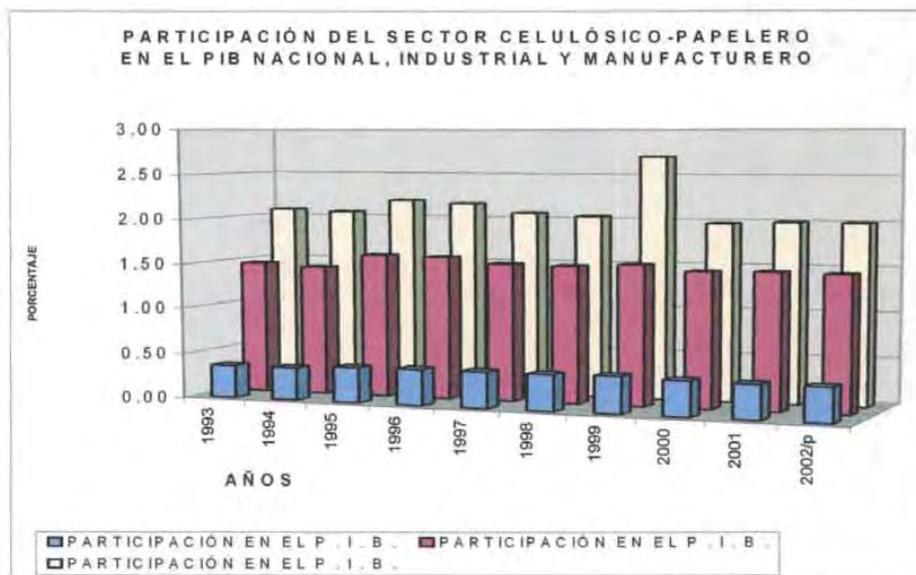
En la tabla anterior podemos observar que desde el año de 1993 al año 2000, las tasas de crecimiento en general para los cuatro conceptos que son; la tasa de crecimiento del PIB Nacional, Industrial, Manufacturero e Industria de la celulosa y del papel respectivamente, han mantenido una correlación positiva y de crecimiento continuo, cabe destacar que solamente en el año de 1993 en lo que se refiere a la tasa de crecimiento del PIB Manufacturero y tasa de crecimiento del PIB de La Industria de la celulosa y del papel han tenido una disminución del -0.67% y -2.25% respectivamente, Otra disminución que destaca es la respectiva al año de 1995 generada en gran parte por el colapso financiero que sufrió la economía de México derivado este colapso por los sucesos político de 1994. Por otra parte en los años 2001, y 2002, podemos apreciar que nuevamente un decremento en todos los conceptos del PIB, ya que este decremento es el resultado en gran parte de la contracción económica del mundo, de México y particularmente de toda la industria en su conjunto. Por otro lado al margen de los datos que presenta la tabla, observamos que en estos ultimo años la industria nacional en su conjunto empieza a recuperarse, por lo que se vaticina una pronta recuperación de la industria de la celulosa y del papel que traerá consigo un incremento en el PIB.

**PARTICIPACIÓN DEL SECTOR CELULÓSICO-PAPELERO EN EL PIB NACIONAL,
INDUSTRIAL Y MANUFACTURERO***

CONCEPTO			
AÑOS	PARTICIPACIÓN EN EL P . I . B . NACIONAL (%)	PARTICIPACIÓN EN EL P . I . B . INDUSTRIAL (%)	PARTICIPACIÓN EN EL P . I . B . MANUFACTURERO (%)
1993	0.36	1.47	2.07
1994	0.36	1.44	2.05
1995	0.39	1.59	2.19
1996	0.40	1.58	2.16
1997	0.40	1.52	2.06
1998	0.40	1.51	2.03
1999	0.41	1.54	2.70
2000	0.39	1.48	1.97
2001	0.38	1.49	1.99
2002/p	0.38	1.48	1.99

Fuente: Instituto Nacional de Estadística Geografía e Informática, Sistema de Cuentas Nacionales de México.
*Datos calculados en base a miles de millones de pesos de 1993. p/ Preliminares Tabla 12

Gráfico 8



Fuente: Instituto Nacional de Estadística Geografía e Informática, Sistema de Cuentas Nacionales de México.

La tabla anterior nos muestra la contribución significativa que ha tenido la industria de la celulosa y el papel en el PIB Nacional, PIB Industrial y en el PIB Manufacturero, esta participación ha sido constante desde el año de 1993 al año 2002, por lo que se estima que siga con esta misma tendencia en los próximos años, ya que así lo deja ver la recuperación de la economía mexicana.

MANO DE OBRA UTILIZADA EN LA INDUSTRIA DE LA CELULOSA Y DEL PAPEL

CONCEPTO	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002
Mano de Obra directa ocupada	29,422	25,083	25,083	25,079	26,054	27,701	27,937	29,104	29,892	28,635

Fuente: Datos de las Fabricas. Memoria Estadística, Cámara Nacional de las Industrias de la Celulosa y del Papel, 2003. Tabla 13

Gráfico 9



Fuente: Datos de las Fabricas. Memoria Estadística, Cámara Nacional de las Industrias de la Celulosa y del Papel, 2003

En la tabla y gráfica anterior nos muestran la condición que se ha mantenido respecto a la mano de obra utilizada en la industria de la celulosa y del papel, las cuales permiten observar que después de haber tenido una mano de obra directa ocupada de 29,422 personas en el año de 1993, tuvo un periodo de baja que comprendió los años de 1994 a 1999 en los cuales se tuvo un promedio de 26,156 personas, y fue hasta el año de 2000 que recuperó los niveles de empleo mantenidos en el año de 1993, con 29,104 personas y continua con esa misma tendencia en el año de 2001, pero en el último año de registro que es el 2002, tiene una disminución de 1,257 personas con respecto al año anterior, obviamente esto es consecuencia de la problemática de la economía nacional.

2.4 Problemática Actual

"Como los últimos años, para finales del 2003 se cierra un ciclo económico difícil y espera con grandes expectativas el siguiente, situación no exclusiva de la

vida social y política del país, sino de la industria en general, que tocó sin lugar a dudas a la industria del papel, la cual aún vive momentos complicados.

Esta industria camina al parejo del crecimiento de la economía, donde la competencia da lugar a mejores servicios más creativos, cuyo objetivo es establecer nichos de mercado muy específicos con valores altamente competitivos.

En ese sentido, la industria del papel debe encontrar herramientas para competir ante cualquier tipo de situaciones, para sobrevivir, crecer y enfrentar al mercado, sobre todo cuando apuesta en circunstancias desiguales con mercados como Colombia, Estados Unidos o Brasil donde existen las condiciones y los apoyos para la exportación de su producción.

Conjuntamente, el escaso crecimiento del PIB, de 1.6% éste 2003, trae como consecuencia un incremento parecido en la venta de los productos del papel; pues son productos de venta que miden la actuación directa de la demanda.

“Sin duda el comportamiento en este 2003 es negativo, se estima una caída de 10 a 15% en conjunto para toda la industria, derivado de la parálisis que vive el país, donde las empresas tratan de alentar el consumo con precios estables apalancándose con los proveedores.”¹⁵

Por otro lado, se vive un panorama de sobreoferta en la industria que ocasiona una fuerte presión en el tema de liquidez, tanto en los impresores como para los proveedores. “Esta situación no sólo se observa en México, sino en diversas partes del mundo, donde la capacidad instalada rebasa la cantidad demandada”.¹⁶

¹⁵ Afirma Arturo Adona Castro, presidente de la Cámara Nacional de la Industria de Artes Gráficas (Canagraf). www.canagraf.com.

¹⁶ Señala Rafael Sainz, presidente de la Asociación Nacional de Industriales y Distribuidores para la Industria Gráfica (Anidigraf).

En este sentido la solución se daría si las empresas mexicanas con requerimientos de impresión efectuaran sus pedidos dentro del país y no en el exterior, como lo hacen ahora.

La exportación dio visos de recuperación en el 2004 en el mercado mexicano, en los indicadores de exportación, inversión y financiamiento. El proceso de modernización, iniciado a raíz de la apertura comercial, nos permite crear una industria competitiva que incluye la actualización de la planta productiva y un mayor enfoque en la exportación.

En este sentido, y con base en los positivos pronósticos de la economía estadounidense, existe la posibilidad de un buen comportamiento de las variables macroeconómicas de nuestro país para el próximo año.

Aunado a este alentador panorama, los programas de apoyo e inversión por parte del gobierno federal anuncian una tendencia de crecimiento en 2004. Si las expectativas de crecimiento económico para 2003 se sitúan en 1.6% y para 2004 en 2.6%, las señales apuntan hacia una mejora en la industria del papel.

Así es como la exportación se convierte en uno de los principales retos de la industria para el siguiente año, pero para alcanzar dicha meta se necesita mayor cooperación de la industria y más créditos.

¿Quién participa en la industria?: El campo de la industria es muy amplio, así como el número de participantes, que incluye desde fabricantes de tecnología y soluciones, hasta proveedores y distribuidores, donde participan alrededor de 170,000 personas empleadas en todo el país.

"No a todos los mercados de la industria de artes gráficas les fue igual de mal; hay algunos que si crecieron, pero dice, las cifras son engañosas y complicadas.

Obviamente si le preguntamos al mercado papelerero cómo le fue el año pasado, va a contestar que creció 3%; en cambio si le hacemos la misma pregunta al resto de la industria se va a morir de la risa, pues ni por mucho creció ese 3%.

Como todo se mide en cuestión de pesos producidos, puedo asegurar que la industria gráfica, a pesar de que la industria papelera dice haber crecido, creció 3%^o, difícilmente creció en 2002.

Mucho del 3% del crecimiento de la industria papelera está en el programa de bibliotecas de aula. El gobierno consumió mucho papel para ese programa. Se consumió más papel pero con el mismo dinero; no creció la industria; se comprimió con el mismo dinero.”¹⁷

Antes era muy difícil medir la eficiencia, rentabilidad y crecimiento de la industria de artes gráficas en México, pues los estudios realizados por la Canagraf son muy antiguos. El año pasado, sin embargo, se actualizó toda la información, por lo que ahora es mucho más fácil obtener los datos”.¹⁸

“De acuerdo con estimaciones de la Comisión de Planeación y Estadísticas de la Cámara Nacional de las Industrias de la Celulosa y del Papel y según perspectivas de la economía nacional para los próximos cinco años, se espera que para el año 2007, el consumo aparente de papel crecerá en 1 millón 324 mil toneladas respecto de 2002, estimando alcanzar 6 millones 968 mil toneladas, así como un incremento en la capacidad instalada para la producción de papel de 251 mil toneladas para esa misma fecha, alcanzando una capacidad estimada de 5 millones 379 mil toneladas en el año 2007.

¹⁷ Revista Impresión Digital, Se transcribe textualmente una entrevista de José Luis Zamora (Presidente saliente de la CANAGRAF)

¹⁸ CANAGRAF 2004, ¿cuál será el escenario en la industria?. Actualización 19/12/2003 Por Pilar Hernández Santamarina. www.canagraf

Para satisfacer la producción estimada de papel en el año 2007, se proyecta un consumo de 5 millones 506 mil toneladas de materias primas fibrosas, lo que significa un incremento de 918 mil toneladas respecto de 2002.¹⁹

PAPEL PARA ESCRITURA E IMPRESIÓN (Miles de toneladas)

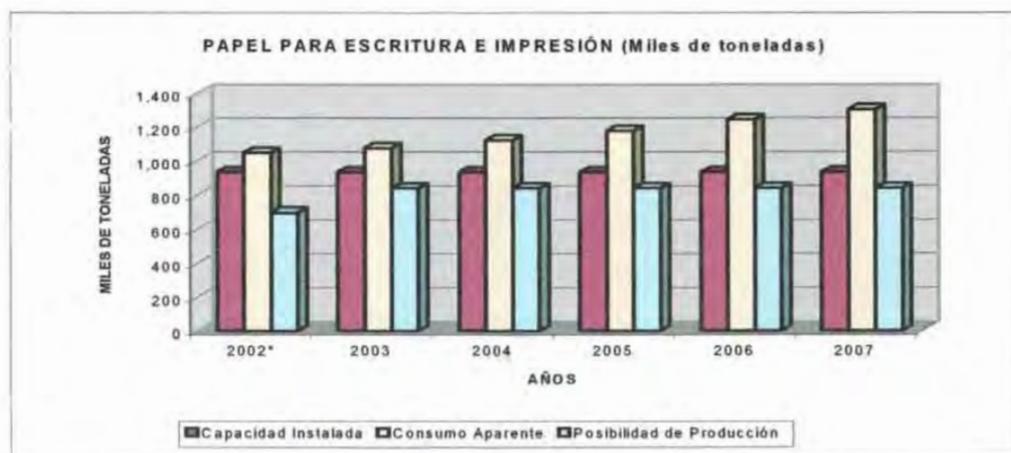
CONCEPTO	2002*	2003	2004	2005	2006	2007	Indice de Crec. Comp. 2002-2007
Capacidad Instalada	934	934	934	934	934	934	4.40%
Consumo Aparente	1,049	1,078	1,124	1,178	1,245	1,304	
Posibilidad de Producción	698	841	841	841	841	841	

Fuente: Datos de las Fabricas. Memoria Estadística, Cámara Nacional de las Industrias de la Celulosa y del Papel, 2003.

*Cifras reales en el año 2002.

Tabla 14

Gráfico 10



Fuente: Datos de las Fabricas. Memoria Estadística, Cámara Nacional de las Industrias de la Celulosa y del Papel, 2003.

*Cifras reales en el año 2002

Respecto a la tabla y su correspondiente gráfica anterior, y con datos de las fabricas pertenecientes a la Cámara Nacional de las Industrias de la Celulosa y del Papel en el 2003, encontramos que la capacidad instalada será constante en el

¹ Lic. Ernesto Zamora Sánchez, Director de Estadísticas y Evaluación, Cámara Nacional de las Industrias de la Celulosa y del Papel, Memoria Estadística 2003. Pág. 59.

periodo comprendido de los años 2002 a 2007, ya que de acuerdo a dicha cámara, tendrán una capacidad instalada de 934 mil toneladas, por lo que en éste periodo no se espera que dicho rubro se incremente; por otra parte la posibilidad de producción tiene un incremento considerado del año 2002 que contaba con 698 mil toneladas a 841 mil toneladas en el 2003 que representa un incremento del 20.5% y el cual se mantiene constante hasta el año de 2007. El consumo aparente a diferencia de nuestras dos variables anteriores tiene una tendencia de crecimiento constante contando en el 2002 con un consumo de 1,049,000 toneladas y esperando en el 2007 un consumo de 1,304,000 toneladas, a una tasa de crecimiento de 50 toneladas anuales en promedio.

2.5 Participación en la actividad exportadora

BALANZA COMERCIAL DE PAPEL (Toneladas métricas)

CONCEPTO	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002
Exportaciones 1	119,944	134,656	286,622	238,418	189,635	229,527	230,479	205,664	214,607	206,045
Importaciones 2	746,175	1,022,594	584,146	653,385	905,310	979,727	1,258,491	1,494,209	1,563,955	1,692,756
Balanza Comercial	-626,231	-887,938	-297,524	-414,967	-715,675	-750,200	-1,028,012	-1,288,545	-1,349,348	-1,486,711

Fuente: Datos de las Fabricas. Memoria Estadística, Cámara Nacional de las Industrias de la Celulosa y del Papel, 2003. Y SHCP

1 La fuente de la estadística de exportación son datos de las empresas asociadas.

2 Importaciones definitivas.

En el 2001 se modifica la cifra de exportación de papel por las empresas asociadas.

Tabla 15

Como logramos observar en la presente tabla, en general hemos tenido un crecimiento irregular en el periodo de 1993 a 2002 en el concepto de las exportaciones y de igual forma en las importaciones, sólo que el porcentaje de crecimiento en el rubro de las exportaciones es de 71.78% mientras que las importaciones han tenido un crecimiento de 126.85%, esto en referencia del año 1993 a 2002, por tanto la balanza comercial ha sido deficitaria durante todos los años del periodo que mencionamos, pasando de -626,231 toneladas métricas en 1993 a -1,486,711 toneladas. Existen varias razones por las que tenemos éste

saldo comercial en el rubro del papel, por principio, diremos que la industria nacional no tiene la capacidad de producción para abastecer el mercado local, por lo que se hace necesario importar éste tipo de productos para lograr solventar las necesidades de la industria mexicana, esto se puede observar de manera inmediata en la última tabla del punto anterior llamada "Papel para escritura e impresión", donde encontramos un crecimiento promedio de 50 toneladas anuales en el periodo 2002 a 2007 mientras la posibilidad de producción se encontrará constante en dicho periodo en 841 mil toneladas y para el 2007 el consumo aparente es de un millón 304 mil toneladas, tan clara es la situación. Por otra parte tenemos la calidad de los papeles nacionales que es necesaria para ciertos tipos específicos de productos, lo que hace necesaria la importación para cumplir con los estándares requeridos por el mercado; de tal forma que se hace necesario realizar inversiones complementadas con apoyos del gobierno para lograr mejorar éste aspecto de la industria nacional.

A continuación presentaremos una tabla donde se clasifica la exportación por tipos de papel, únicamente con el fin de observar con más claridad que tipos de papel son los que más se exportan.

De tal forma que encontraremos que el tipo de papel que más se exporta es el sanitario y facial con un crecimiento importante en el periodo presentado que es de 1993 a 2002, llegando en el 2002 a un volumen de 115,744 toneladas métricas. En segundo lugar tenemos el rubro de Empaque con un crecimiento constante aunque en el periodo 1994-1998 tuvo un crecimiento bastante considerable, llegando en 1995 a niveles de 226,740 toneladas métricas de exportación, pero teniendo únicamente 61,969 toneladas métricas en el 2002. Los demás rubros se exportan en menor proporción, aunque tenemos un dato relevante y es que los tipos de papel: aéreo y copia, ediciones, recubierto, cartulina cubierta y cartulina sin recubrir no cuentan con exportación alguna en el periodo presentado.

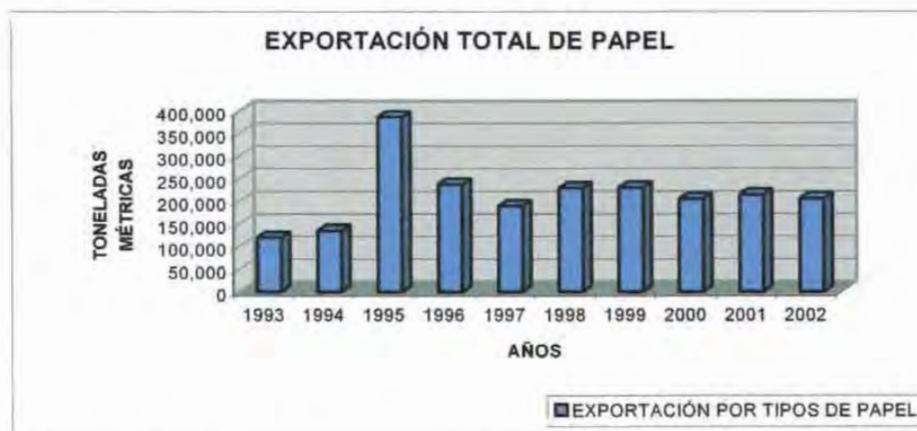
EXPORTACIÓN POR TIPOS DE PAPEL
(Toneladas métricas)

CONCEPTO	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002
Aéreo y copia	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---
Bond	21,622	973	50,347	18,382	15,269	24,771	24,722	17,614	13,436	20,264
Ediciones	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---
Recubierto	3,236	---	---	---	---	---	---	---	---	---
Periódico	---	---	55,768	35,596	30,435	63,553	30,334	25,797	20,988	312
Cartulina Cubierta	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---
Cartulina sin Recubrir	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---
Subtotal Escritura e Impresión	24,858	973	106,115	53,978	45,704	88,324	55,056	43,411	34,424	20,633
Sacos	1,933	711	16,406	7,527	479	---	1,152	545	7	8
Bolsas	290	1,373	27,164	23,264	19,451	11,968	4,721	2,396	8,027	14,602
Envoltura	105	105	20	41	93	34	1,287	---	---	---
Papel para Cajas	55,298	81,297	156,618	60,185	20,038	14,315	40,098	23,832	18,611	16,462
Cartoncillo	12,201	17,955	26,532	27,797	25,573	32,642	35,564	34,259	39,412	30,897
Subtotal Empaque	69,827	101,441	226,740	118,814	65,644	58,959	82,822	61,032	66,057	61,969
Sanitario y Facial	24,172	30,969	52,052	63,434	75,987	79,602	90,232	98,790	104,470	115,744
Especiales	1,087	1,273	1,715	2,192	2,300	2,642	2,369	2,431	9,656	7,699
Total	119,944	134,656	386,622	238,418	189,635	229,527	230,479	205,664	214,607	206,045

Fuente: Datos de las Fabricas. Memoria Estadística, Cámara Nacional de las Industrias de la Celulosa y del Papel, 2003.

Tabla 16

Gráfico 11



Fuente: Datos de las Fabricas. Memoria Estadística, Cámara Nacional de las Industrias de la Celulosa y del Papel, 2003

El año en que se tuvo el volumen más alto de exportación fue 1995 con 386,622 toneladas métricas, mismo que no se repitió en ningún otro año del periodo aquí presentado, ya que el volumen de las exportaciones en promedio fue de 215,559.70 toneladas métricas.

CAPÍTULO 3. ASPECTO NORMATIVO Y OPERATIVO DEL PROCESO EXPORTADOR

3.1 LEY DE COMERCIO EXTERIOR Y LEY ADUANERA

Ley de Comercio Exterior

Esta Ley, publicada en el Diario Oficial de la Federación del 27 de julio de 1993, tiene por objeto regular, promover y adecuar el comercio exterior a la integración de la economía mundial; tomando como base los acuerdos y convenios internacionales, tanto firmados como por firmar. Ahí se especifican las atribuciones del Ejecutivo Federal emanadas de la Constitución, tales como establecer aranceles y elevarlos o disminuirlos; restringir importaciones o exportaciones, así como prohibir las mismas. Establecer diversas medidas regulatorias; concurrir a negociaciones internacionales y promover el comercio exterior.

De lo anterior se ratifican las atribuciones que el Ejecutivo Federal deposita en la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial en materia de comercio exterior, para lo cual se crea una Comisión de Comercio Exterior como órgano dedicado al estudio, evaluación, consulta y recomendaciones sobre política de comercio exterior.

Ésta nueva Ley le dedica una parte muy importante a la determinación de las reglas de origen y sus requisitos para importaciones y se establece un capítulo dedicado a aranceles y a regulaciones no arancelarias. Es ahí donde se establecen los requisitos para el tránsito de mercancías, tanto de exportación

El año en que se tuvo el volumen más alto de exportación fue 1995 con 386,622 toneladas métricas, mismo que no se repitió en ningún otro año del periodo aquí presentado, ya que el volumen de las exportaciones en promedio fue de 215,559.70 toneladas métricas.

CAPÍTULO 3. ASPECTO NORMATIVO Y OPERATIVO DEL PROCESO EXPORTADOR

3.1 LEY DE COMERCIO EXTERIOR Y LEY ADUANERA

Ley de Comercio Exterior

Esta Ley, publicada en el Diario Oficial de la Federación del 27 de julio de 1993, tiene por objeto regular, promover y adecuar el comercio exterior a la integración de la economía mundial; tomando como base los acuerdos y convenios internacionales, tanto firmados como por firmar. Ahí se especifican las atribuciones del Ejecutivo Federal emanadas de la Constitución, tales como establecer aranceles y elevarlos o disminuirlos; restringir importaciones o exportaciones, así como prohibir las mismas. Establecer diversas medidas regulatorias; concurrir a negociaciones internacionales y promover el comercio exterior.

De lo anterior se ratifican las atribuciones que el Ejecutivo Federal deposita en la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial en materia de comercio exterior, para lo cual se crea una Comisión de Comercio Exterior como órgano dedicado al estudio, evaluación, consulta y recomendaciones sobre política de comercio exterior.

Esta nueva Ley le dedica una parte muy importante a la determinación de las reglas de origen y sus requisitos para importaciones y se establece un capítulo dedicado a aranceles y a regulaciones no arancelarias. Es ahí donde se establecen los requisitos para el tránsito de mercancías, tanto de exportación

como de importación. También quedan determinados los Sistemas de Permisos Previos, que se establezcan de acuerdo con las recomendaciones de la Comisión de Comercio Exterior aplicables a las mercancías que ameriten dichos sistemas.

Pero lo más relevante es que, por primera vez, se introduce toda una legislación *antidumping*, basada en el criterio de la discriminación de precios, entendida ésta como vender en el país una mercancía extranjera a precio inferior al normal, debido a subvenciones de sus gobiernos. Se plantea que tal situación de *dumping*, crea daño a la economía mexicana, razón por la cual dicha mercancía subsidiada en el exterior, se hace acreedora a que se le apliquen *cuotas compensatorias*. Tal cuestión al quedar comprobada, se considera que es una competencia desleal con la producción nacional, por lo que se establece una demanda ante un tribunal para buscar la conciliación y propiciar que el gobierno en cuestión elimine voluntariamente dicha subvención.

Otro capítulo fundamental de dicha Ley es la promoción del Comercio Exterior, en donde en términos generales se reitera lo antes expuesto en materia de fomento a ésta área, con la diferencia de que ahora esto se engloba en una sola ley que agrupará a todos los reglamentos y leyes antes dispersas.²⁰

Reglamento de la Ley de Comercio Exterior.

Aún y cuando la Ley de Comercio Exterior en su artículo 2o, establece que la aplicación e interpretación de las disposiciones plasmadas en la misma corresponde, para efectos administrativos, al Ejecutivo Federal por conducto de la Secretaría de Economía, el 30 de diciembre de 1993 publica, en el Diario Oficial de la Federación, el Reglamento de la Ley de Comercio Exterior que viene a dictar un conjunto tanto de normas de aplicación, como de reglas de interpretación que permiten una mayor transparencia en el quehacer público.

²⁰ Ortiz Wadgyamar Arturo, *Introducción al Comercio y Finanzas Internacionales de México (evolución y problemas hacia el año 2000)*, Ed. Editorial Nuestro Tiempo, México 1999, Pág. 186

Ley Aduanera

"De vital importancia para el comercio exterior es la Ley Aduanera, ya que en ella está concentrado todo el aspecto legal y operativo de ésta actividad. De ahí que todo aquel que desee conocer estos aspectos no sólo deba conocerla sino manejarla y saberla aplicar. En sus IX títulos y 14 artículos, se presentan aspectos esenciales como:

- Control de Aduanas en el Despacho.
- Depósitos ante aduanas.
- Despacho de mercancías.
- Impuesto al comercio exterior.
- Exenciones.
- Regímenes aduaneros.
- Regímenes de exportación e importación definitiva.
- Regímenes de exportaciones e importaciones temporales.
- Tránsito de mercancías.
- Desarrollo portuario.
- Zonas libres.
- Fajas fronterizas.
- Infracciones y sanciones.
- Agencias aduanales." ²¹

Cambios en la Ley Aduanera (1992):

- A. "Se profundiza el proceso de desregulación y simplificación de la Ley Aduanera.
- B. Se modifica la legislación vigente en materia de importaciones temporales permitiendo únicamente a la industria automotriz, a la industria de autotransportes, a la industria maquiladora de exportación y a los programas

²¹ Ley Aduanera y su reglamento, Editorial PAC, México, 1991.

de importación temporal para exportación, la posibilidad de importar de forma temporal insumos y máquinas.

- C. Se faculta a las aduanas interiores del país para que se autorice el despacho a la aduana de exportaciones en el punto de origen, a través del despacho a domicilio.
- D. Se concluirá la instalación del Sistema Automatizado Aduanero Integral (SAAI).
- E. Se sustituye el requisito de que las solicitudes de patente para gente y apoderado aduanal deban ser acompañadas por un depósito de 250 mil pesos de pesos, por la posibilidad de que dicho monto se garantice mediante una fianza equivalente.^{7 22}

3.2 LEY DEL IMPUESTO GENERAL DE IMPORTACIÓN Y EXPORTACIÓN

Estas leyes son más conocidas como Tarifas, en tanto que tienen por objeto de clasificar las mercancías y determinar el impuesto al comercio exterior correspondiente.

En tales tarifas encontramos dos partes fundamentales: la nomenclatura y la especificación del impuesto que corresponda. La primera es una forma 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 y que se puede ampliar a ocho en algunos casos, todo ello basado en el Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías, que es la forma en que actualmente se maneja de manera ágil el comercio mundial y que México ha adoptado desde 1988.

3.3 LOS INCOTERMS

En el entorno del comercio exterior actual sería difícil realizar operaciones de importación y exportación sin reglas aceptadas en el ámbito internacional, que señalen las obligaciones y los derechos del comprador y del vendedor.

Los Incoterms definen las obligaciones y los derechos del comprador y del vendedor. Actualmente hay dos grupos de términos los que prevalecen en las operaciones mundiales:

- Los INCOTERMS, abreviación de International Commerce Terms de la Cámara de Comercio Internacional (CCI), y
- Las Definiciones Revisadas del Comercio Exterior Norteamericano (RAFTD, por sus siglas en inglés) de la Cámara de Comercio de Estados Unidos de América.

Su objetivo principal es facilitar las operaciones de comercio exterior y la integración del contrato de compraventa internacional o su equivalente.

Con los INCOTERMS, las empresas tienen certidumbre en la interpretación de los términos negociados entre comprador y vendedor, ya que se aplican las reglas internacionales uniformes.

Los INCOTERMS se recopilaron por primera vez en 1936, y tuvieron enmiendas y adiciones en los años 1953, 1967, 1976, 1980, 1990; la última versión data de enero de 2000. Las revisiones han tenido el fin de actualizarnos en relación con las prácticas comerciales internacionales.

Así mismo, los INCOTERMS constituyen una base para regular las transacciones comerciales, delimitando a detalle los derechos, las responsabilidades y las obligaciones entre comprador y vendedor, haciendo una referencia directa al transporte que se utiliza y al lugar donde se entrega la mercancía.

En cuanto a este último punto. Los INCOTERMS regulan tres aspectos básicos relacionados con el lugar de entrega:

- Transferencia de riesgos entre comprador y vendedor,
- Costos a cuenta del comprador y vendedor, y
- Documentación, trámites y gestión ante autoridades gubernamentales (por ejemplo: aduanas) y agentes privados (por ejemplo: aseguradoras, transportistas, maniobristas, alijadores, etc.)

El uso de los INCOTERMS no implica la transferencia de la propiedad de las mercancías.

Los INCOTERMS se clasifican en dos formas:

- Por grupos y
- Por tipo de transporte que se utilizará.

Por Grupos. Esta clasificación se conoce por la primera letra de las siglas del INCOTERM, que pueden ser:

E= Exit (en punto de salida u origen)

F= Free (libre de flete principal)

C= Cost (costo de flete principal incluido)

D= Delivered (entregado en destino)

Los términos que inician con las letras E y F son entregados en el país de origen, y los que inician con C y D son entregados en el país de destino.

CLASIFICACIÓN DE LOS INCOTERMS

Categoría E: EXW	Único término en que la mercancía se pone a disposición del comprador en el domicilio del vendedor.
Categoría F: FCA, FAS y FOB.	Términos en los que al vendedor se le encarga que entregue la mercancía a un medio de transporte elegido por el comprador.
Categoría C: CFR, CIF, CPT y CIP.	El vendedor contrata el transporte a sus expensas, sin asumir algún riesgo ni responsabilidad sobre la mercancía una vez que ésta ha sido embarcada. Bajo estos términos, el vendedor asume obligaciones de embarque.
Categoría D: DAF, DES, DEQ, DDU y DDP.	El vendedor asume todos los costos y riesgos hasta entregar la mercancía en el lugar de destino acordado. Bajo estos términos, el vendedor asume obligaciones de entrega de destino.

Tabla 17

Por Tipo de Transporte. Los modos de transporte apropiados para el uso de los INCOTERMS 2000 se clasifican de la siguiente manera:

A= Aéreo

M= Marítimo o fluvial

O= Cualquier tipo de transporte (incluyendo aéreo y terrestre)

T= Transporte terrestre

Grupo	Sigla	Inglés	Español	a/ Transporte
"E" Salida	EXW	1.- Ex Works (...named place)	- En Fábrica (lugar acordado)	"O"
"F" Transporte Principal no pagado	CFA	2.- Free Carrier (...named place)	- Libre (franco) de porte (lugar acordado)	"O"
	FAS	3.- Free Alongside ship (...named port of shipment)	- Libre al costado del buque (...puerto de embarque acordado)	"M"
	FOB	4.- Free on Board (...named port of shipment)	- Libre (franco) a bordo (...puerto de embarque acordado)	"M"
"C" Transporte Principal Pagado	CFR	5.- Cost and Freight (...named port of destination)	- Costo y flete (...puerto de destino acordado)	"M"
	CIF	6.- Cost Insurance and Freight (...named port of destination)	- Costo, seguro y flete (...puerto de destino acordado)	"M"
	CPT	7.- Carriage Paid To (...named port of destination)	- Flete/porte pagado hasta (...lugar de destino acordado)	"O"
	CIP	8.- Carriage and Insurance Paid To (...named place of destination)	- Flete/porte y seguro hasta (...lugar de destino acordado)	"O"
"D" Destino o llegada	DAF	9.- Delivered at Frontier (...named place)	- Entregado en frontera (lugar acordado)	"O"
	DES	10.- Delivered Ex – Ship (...named port of destination)	- Libre en el buque (...puerto de destino acordado)	"M"
	DEQ	11.- Delivered Ex – Quay (...named port of destination)	- Entrega en el muelle (...puerto de destino acordado)	"M"
	DDU	12.- Delivered Duty Unpaid (...named place of destination)	- Entregado aranceles sin pagar (...lugar de destino acordado)	"O"
	DDP	13.- Delivered Duty Paid (...named place of destination)	- Entregado con aranceles pagados (...lugar de destino acordado)	"O"

a/ En esta columna se indica el tipo de transporte recomendado "M"= Marítimo, "O" = otro tipo de transporte.

Guía Básica del Exportador, 10ª. Edición, Banco Nacional de Comercio Exterior, S.N.C.

Tabla 18

Los INCOTERMS contienen un total de trece términos.²³

²³ Banco Nacional de Comercio Exterior, S.N.C., Guía Básica del Exportador, 10ª. Edición, 2003, Págs. 175-177

3.4 REGULACIONES ARANCELARIAS Y NO ARANCELARIAS

Regulaciones Arancelarias

Empezaremos por definir que es un arancel: Para efectos de la Ley de Comercio Exterior (artículo 12), los aranceles son las cuotas de las tarifas de los impuestos generales de exportación e importación, los cuales pueden ser:

- I. **Ad valorem:** se expresa en términos porcentuales y se aplica sobre el valor en aduana de la mercancía; por ejemplo: si el valor en aduana de una mercancía es de \$10,000.00 y la tasa de arancel es del 10%, se pagarán \$1,000.00 de impuesto ($\$10,000.00 \times 10\%$) = \$1,000.00.
- II. **Específico:** se expresa en términos monetarios por unidad de medida; por ejemplo: US \$5.00 por metro de tela; US \$ 150.00 por cabeza de ganado. En este caso, el valor real, calculado o ficticio de la mercancía, no tiene ninguna trascendencia fiscal. Así, con base en estos ejemplos, en el arancel específico no se considera si el precio de la tela es muy elevado o muy bajo (a diferencia del ad valorem, que si distingue precios y calidades).
- III. **Mixto:** es una combinación de los dos anteriores (ad valorem y específico); por ejemplo: 5% ad valorem más US \$1.00 por metro cuadrado de tejido poliéster.

México y la mayoría de los países de la Organización Mundial de Comercio (OMC) utilizan estos tres tipos de aranceles.

En México, los aranceles antes referidos podrán adoptar las siguientes modalidades:

- I. **Arancel-cupo,** cuando se establezca un nivel arancelario para cierta cantidad o valor de mercancías exportadas o importadas, y una tasa diferente a las exportaciones o importaciones de esas mercancías que excedan dicho monto;

- II. Arancel estacional, cuando se establezcan niveles arancelarios distintos para diferentes periodos del año, y
- III. Las demás que señale el Ejecutivo Federal.

No obstante lo anterior y de conformidad con lo dispuesto en el artículo 14 de la Ley de Comercio Exterior, podrán establecerse aranceles diferentes a los generales previstos en las tarifas de los impuestos generales de exportación e importación cuando así lo establezcan los tratados o convenios internacionales de los que México sea parte.

Clasificación arancelaria

Las mercancías sin excepción alguna, deben clasificarse arancelariamente al pasar por las aduanas, a fin de identificar de manera clara y precisa qué tasa porcentual de arancel les corresponde pagar de acuerdo con el tipo de arancel aplicable, así como para conocer y vigilar el cumplimiento de las regulaciones no arancelarias, tales como permisos previos, cuotas compensatorias, regulaciones sanitarias, de etiquetado, etc., a las cuales están sujetas (éstas últimas se verán en el siguiente punto de manera más amplia).

Se entiende como "clasificación arancelaria", el orden sistemático-uniforme de todas las mercancías en una nomenclatura determinada en la que a cada mercancía se le identifica a través de un código numérico general que significa lo mismo en la mayoría de las aduanas del mundo.

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

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

- Permite efectuar estadísticas y controles homólogos para la mayoría de los países en el mundo, ya que la clasificación de un producto en México, por ejemplo, será la misma que se aplicará en países que también utilizan el SA,
- Permite tener un mismo identificador común en el mundo, a manera de nombre común para todos, en todas partes, sin importar el idioma,
- Facilita el estudio del comercio exterior, ya que por medio de la fracción arancelaria se puede determinar cuánto se importa y se exporta de un producto.
- Identifica los aranceles, cuotas compensatorias y las regulaciones no arancelarias que tiene que cumplir un producto a la exportación o importación.

Gracias a este sistema, dentro de los países que lo han adoptado, una misma mercancía se codifica en forma idéntica al nivel de 6 dígitos. En México, tanto en las tarifas de importación como en las de exportación, la clasificación es la misma al nivel de ocho dígitos; a estos ocho dígitos se les conoce como fracción arancelaria quedando como sigue:

Capítulo:	94	03	40	01
Partida:				
Subpartida:				
Fracción arancelaria:				

Por ejemplo: los muebles de madera utilizados en cocinas se clasifican en la fracción arancelaria 9403.40.01

Es recomendable que el futuro exportador clasifique arancelariamente las mercancías correctamente con apoyo de especialistas, ya que carecer de una adecuada clasificación arancelaria puede traer graves consecuencias que pueden ser contrarias a sus intereses.

Tratamiento arancelario

Los países pueden otorgar diversos tratamientos arancelarios en función del país de origen de la mercancía que llega a sus aduanas. Por ello, sus aranceles de importación pueden ser de tres formas:

- El arancel general que aplica a todos los países miembros de la OMC, que generalmente es el tratamiento de nación más favorecida (NMF) o arancel general,
- El arancel aplicable a mercancías originarias de países a los que se concede trato preferencial (arancel inferior al general o exención del mismo) como resultado de un acuerdo o tratado comercial, y
- Los aranceles a las mercancías de países a los que se ha impuesto una sanción o castigo económico, por lo que su arancel es superior al general. Es llamado trato diferencial.

Acceso al arancel preferencial

A fin de incorporarse al dinamismo que se observa en la economía internacional, México inició un proceso de transformación, especialmente en el ámbito comercial, el cual se basó en una mayor apertura al exterior para ampliar los espacios comerciales del país y elevar su participación en el comercio internacional.

El Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN) se convirtió en la piedra angular de este esfuerzo de apertura comercial del gobierno mexicano, debido, entre otras razones, a que concede al país un arancel preferencial para los productos que ingresan en los mercados de Canadá y Estados Unidos. La mayoría de los tratados de libre comercio negociados guardan ciertas semejanzas en su estructura, por lo que es muy frecuente encontrar similitudes. También existen algunas diferencias en el trato arancelario preferencial que se tiene, así como otras que se refieren a las reglas de

origen específicas por sector, compras gubernamentales, propiedad intelectual, salvaguardas, inversión y servicios, etcétera.

Por otra parte, ciertos productos mexicanos reciben tratamiento preferencial de los países miembros de la Asociación Latinoamericana de Integración "ALADI", con los cuales aún no se tiene un tratado de libre comercio.

Regulaciones No Arancelarias

Las regulaciones no arancelarias son las medidas establecidas por los gobiernos, para controlar el flujo de mercancías entre los países, ya sea para proteger la planta productiva y las economías nacionales, o para preservar los bienes de cada país, en lo que respecta al medio ambiente, proteger la salud, sanidad animal y vegetal, o para asegurar a los consumidores la calidad de las mercancías que están adquiriendo, o darles a conocer las características de las mismas. Por su naturaleza, éstas regulaciones resultan más difíciles de conocer, interpretar y cumplir, lo que ocasiona que en muchos casos no sean tan transparentes, ya que se originan en varias fuentes y, al igual que los aranceles, pueden ser modificadas en tiempos relativamente cortos.

No obstante que el número de regulaciones no arancelarias existentes en los diferentes mercados es muy amplio, algunas son más conocidas y se emplean con mayor frecuencia en el comercio internacional de mercancías.

Es importante tener en consideración que, en muchos casos, aunque el exportador pueda obtener una preferencia arancelaria parcial o total para su producto, al llegar a la aduana del país importador la mercancía puede ser detenida por no cumplir con alguna regulación no arancelaria, incluso en los casos de naciones incluidas en los diversos Tratados de Libre Comercio que México ha firmado con otros

países. De ahí la importancia de conocer éstas disposiciones antes de exportar, para que el producto cumpla con éstas.

¿Con qué objetivo se establecen en México las regulaciones no arancelarias a la exportación?

En México, las medidas de regulación y restricción no arancelarias a la exportación de mercancías, pueden establecerse en los siguientes casos:

- I. Para asegurar el abasto de productos destinados al consumo básico de la población y el abastecimiento de materias primas a los productores nacionales, o para regular o controlar recursos naturales no renovables del país, de conformidad con las necesidades del mercado interno y las condiciones del mercado internacional;
- II. Conforme a lo dispuestos en tratados o convenios internacionales de los que México sea parte;
- III. Cuando se trate de productos cuya comercialización esté sujeta, por disposición constitucional, a restricciones específicas;
- IV. Cuando se trate de preservar la fauna y la flora en riesgo o peligro de extinción, o de asegurar la conservación o aprovechamiento de especies;
- V. Cuando se requiera conservar los bienes de valor histórico, artístico o arqueológico, y
- VI. Cuando se trate de situaciones no previstas por las normas oficiales mexicanas en lo referente a seguridad nacional, salud pública, sanidad fitopecuaria o ecología, de acuerdo con la legislación en la materia.

¿Cómo se pueden dividir las regulaciones que enfrenta el comercio internacional?

Para fines prácticos, éstas regulaciones se dividen en dos clases: las cuantitativas y las cualitativas.

Las primeras se aplican a cantidades de productos que se permiten importar a un país o establecer contribuciones cuantificables a las que se sujetan esas mercancías distintas del arancel. Las segundas tienen que ver con el producto en sí mismo y/o a sus accesorios (envase, embalaje, entre otros) sin importar la cantidad; estas medidas se aplican a todos los productos que se deseen introducir a un país y no sólo a una cierta cantidad de ellos.

Regulaciones no arancelarias cuantitativas

- Permisos de exportación e importación
- Cupos²⁴
- Medidas contra prácticas desleales de comercio internacional: Discriminación de precios y subvención.

Regulaciones no arancelarias cualitativas

- Regulaciones de etiquetado
- Regulaciones de envase y embalaje
- Mercado de país de origen
- Regulaciones sanitarias
- Regulaciones fitosanitarias
- Normas técnicas

²⁴ “Los cupos son montos de determinadas mercancías que pueden ser importadas o exportadas. Cada país puede fijar las cantidades, volúmenes o valores de mercancías que pueden ser ingresadas a sus territorios, así como su vigencia y la tasa arancelaria que deben cubrir las mercancías sujetas a cupo, con el fin de proteger el consumo de productos nacionales. Solamente ciertos productos están sujetos a cupos cuando son considerados como sensibles, tales como agropecuarios, pesqueros y, en algunos casos, textiles y automóviles. Algunos productos mexicanos están sujetos a cupos en los mercados de destino, incluso en aquellos países con los que México tiene firmados acuerdos comerciales”. Guía Básica del Exportador 10ª Edición, 2003, Pág. 153.

- Regulaciones de toxicidad
- Normas de calidad
- Regulaciones ecológicas

Las regulaciones arancelarias y las no arancelarias son muy comunes en el comercio exterior, por ello, conocerlas antes de exportar es una necesidad.”²⁵

3.5 PROGRAMAS DE FOMENTO A LA ACTIVIDAD EXPORTADORA

La actividad exportadora contribuye de la manera más efectiva a equilibrar la balanza de pagos de cualquier país subdesarrollado. Éste refleja el nivel de competitividad del país en relación con el resto del mundo, así como la importancia que para la economía del país tiene ese contexto mundial que aquí hemos llamado sector externo.

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 equipos sin pagar aranceles.
- Programas de financiamiento a la actividad exportadora.

Con objeto de identificar las principales características de esos programas, a continuación se presentan en forma resumida y esquemática: su nombre, objetivo, requisitos que deben cumplir las empresas interesadas y los beneficios que pueden obtener las mismas. Las dependencias gubernamentales involucradas en cada caso son la Secretaría de Economía (SE, antes SECOFI); Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP) y el Banco Nacional de Comercio Exterior (BANCOMEXT).

²⁵ Banco Nacional de Comercio Exterior, S.N.C., Guía Básica del Exportador, 10ª. Edición, 2003

Mecanismos para que el exportador importe insumos maquinaria y equipos sin pagar aranceles.

Industria maquiladora de exportación.

Objetivo: Los objetivos declarados son crear fuentes de empleo, fortalecer la balanza comercial, contribuir a una mayor integración interindustrial, elevar la capacitación de los trabajadores y lograr una transferencia de tecnología hacia el país. En realidad el objetivo mejor logrado es la creación de empleos, aunque mal remunerados o sin perspectiva real de mejorar la calificación de la mano de obra mexicana; aunque es uno de los subsectores que más exporta también es el que más importa, por lo que su contribución a fortalecer la balanza comercial es mínima.

Requisitos: Deben cumplir con los términos establecidos en el programa correspondiente, respecto al régimen de importación temporal, además deben cumplir con obligaciones fiscales, laborales y de normatividad ecológica que establece tal programa.

Beneficios: Exención del pago de aranceles a la importación; despacho aduanero simplificado; 100% de capital extranjero; sus proveedores se asimilan como exportadores indirectos exentos del pago del IVA; las ventas al mercado nacional se podrán incrementar hasta llegar al 100% en el año 2001 y visa especial para técnicos y personal administrativo extranjeros.

En el Diario Oficial de la Federación del 13 de noviembre de 1998, se hacen algunas modificaciones que precisan la relación de éste programa con el de promoción sectorial y la forma en que pagarán impuestos a la importación.

Programa de importación temporal para exportación (PITEX)

Objetivo: Estimular la actividad exportadora, permitiendo a los beneficiarios inscritos en el programa que la importación de insumos, maquinaria y equipo utilizados en la producción de los bienes exportados queda exenta del pago de impuestos.

Requisitos: Si la empresa solamente importa insumos (materia prima, combustible, etcétera), debe exportar el 10% de sus ventas totales o exportar más de USD \$500,000.00; si importa solamente maquinaria debe exportar el 30% de sus ventas totales; debe presentar la solicitud de inscripción al programa ante la SE y ser auditado periódicamente por la misma dependencia.

Beneficios: 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.

Los requisitos que establece éste programa son prácticamente imposibles de cumplir por parte de las empresas pequeñas y medianas. No obstante, existe la figura de "exportador indirecto", en la que éstas empresas pueden entrar y beneficiarse de poder facturar con tasa cero de IVA. Para acceder a éste esquema, tales empresas deben demostrar que son proveedoras de insumos y componentes de una empresa PITEX, mediante una constancia de exportación que le extenderá ésta misma.

A partir del año 2001 el programa se modificó y se combinó con los programas de promoción sectorial (PROSEC).

Devolución de impuestos (Draw Back).

Objetivo: crear un mecanismo al que pueden acogerse empresas exportadoras que producen para exportar y que no encajan en los otros mecanismos, para que rescaten los impuestos que deben pagar por las mercancías importadas.

Requisitos: Solicitud de devolución de impuestos de importación; presentar 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 venden a la industria automovilística o carta de aval solidario entre otros casos.

Beneficios: Obtiene devolución de impuestos pagados por la importación de insumos incorporados a la exportación de bienes.

Cuenta aduanera.

Objetivo: Crear un mecanismo que permita a los exportadores cumplir con sus obligaciones fiscales oportunamente, pero también beneficiarse de las exenciones de pago de impuesto a la importación cuando así corresponda.

Requisitos: Abrir una cuenta bancaria a favor de la SHCP y llevar un sistema de contabilidad ad-hos.

Beneficios: Se recuperan los impuestos depositados en la institución bancaria correspondiente.

Empresas de comercio exterior (ECEX).

Objetivo: Impulsar el establecimiento de empresas comercializadoras internacionales.

Requisitos: Contar con un capital social mínimo de USD \$100,000.00; exportaciones anuales mínimas de USD 3 millones y demostrar saldo operacional positivo de divisas.

Beneficios: El pago de impuestos se podrá hacer en una institución financiera; acreditación automática como una empresa ALTEX; sus proveedores o asociados

podrán facturar con tasa cero de IVA; tendrán la posibilidad de nombrar apoderado aduanal exclusivo y podrán acceder al despacho aduanero simplificado.

Empresas altamente exportadoras (ALTEX).

“Objetivo: Estimular a las grandes empresas exportadoras con exenciones fiscales y facilidades para la operación en aduanas.

Requisitos: Lograr 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 SE.

Beneficios: Devolución inmediata del IVA cuando se tiene saldo a favor; acceso gratuito al sistema de información comercial SE-BANCOMEXT; exención del segundo reconocimiento aduanal; despacho aduanal simplificado. Éstas empresas automáticamente tienen todos los beneficios de las empresas PITEX y posibilidad de nombrar apoderado aduanal en diversas aduanas y productos diversos.

Con este tipo de mecanismos de promoción a la exportación, quienes tienen mejores oportunidades de beneficiarse son las grandes empresas, mientras que la posibilidad de las pequeñas y medianas empresas para acceder a tales mecanismos es mínima. Evidentemente quienes requieren los mayores apoyos son éstas últimas, por lo que es muy importante diseñar los instrumentos y mecanismos que efectivamente puedan beneficiar a las empresas de menor tamaño pero con gran potencial exportador, pues el número de ellas supera con mucho a las grandes y su impacto en el empleo y en la expansión del mercado interno es también potencialmente mayor.

Actualmente participan en el financiamiento a las empresas exportadoras, tanto las instituciones financieras bancarias como las no bancarias, que se conocen como intermediarios financieros. Pero ante la escasa promoción de la mayoría de ellos para

operar los fondos que la banca de desarrollo ha puesto a su disposición, también ha entrado a ofrecer servicios de banca de primer piso la institución financiera gubernamental más ligada al comercio exterior: Banco Nacional de Comercio Exterior (BANCOMEXT). Sin entrar en competencia con la banca comercial, BANCOMEXT ofrece diversas opciones de financiamiento para las pequeñas y medianas empresas, pues las grandes no tienen problemas de ese tipo o bien cuentan con facilidades para acceder a fuentes de financiamiento internacional. La otra instancia gubernamental que también ofrece financiamiento para la exportación es Nacional Financiera (NAFIN), aunque su participación es más bien limitada.

Las empresas que son susceptibles de apoyo financiero para la exportación, son aquellas que pueden mostrar viabilidad financiera, que producen bienes o servicios no petroleros, generadoras de divisas en forma directa o indirecta. Se considera empresa exportadora indirecta a la empresa que presta servicios o suministra insumos, partes, componentes, empaques, embalajes o bienes terminados a exportadores finales. No obstante, es pertinente aclarar que BANCOMEXT exige requisitos similares a los de la banca comercial para otorgar créditos a las empresas medianas y pequeñas que son su principal objetivo.”²⁶

3.6 IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES DE EXPORTACIÓN.

“Podemos asumir que después de haber realizado el análisis estratégico, una empresa que ya tiene una presencia sólida en el mercado nacional, que cuenta con una organización interna eficiente, sin problemas financieros o fiscales y con un margen para poder incrementar su capacidad productiva que pueda constituir su oferta exportadora, se pueda concluir que la misma está en condiciones de competir internacionalmente. Para identificar sus oportunidades de exportación y elegir aquella donde sus posibilidades de éxito son mayores, es decir, donde reside su ventaja

²⁶ Joaquín Flores Paredes, El contexto del comercio exterior de México: Retos y oportunidades en el mercado global, Ed. Universidad Nacional Autónoma de México, 1ra. Edición Noviembre de 2001.

estratégica, es necesario tomar como punto de partida las **características de su producto** con relación a la **posición estratégica** que se pretenda lograr en el mercado en función de las siguientes opciones:

- La posición en el mercado se basará en el liderazgo en costos, porque la naturaleza del producto y su mercado responden mejor a los precios bajos.
- La diferenciación del producto respecto a los de sus competidores resulta ser una mejor estrategia porque la ventaja reside en el manejo de diseños y/o tecnología, además de que los consumidores responden mejor al concepto de exclusividad que al precio.
- Una combinación de las dos anteriores.

En cualquiera de las tres opciones se correrán riesgos, pero finalmente se deberá elegir alguna opción. Las oportunidades de exportación finalmente se tendrán que concretar por aproximaciones sucesivas: El país y el tamaño de su mercado nos podrían condicionar a elegir sólo una parte de ése mercado, si su tamaño fuera demasiado grande respecto a nuestro potencial exportador (EE.UU. por ejemplo) y circunscribimos a un estado o una ciudad. Si nuestro producto va dirigido a solo un sector de los consumidores en función de su ingreso, sus gustos, su edad o sexo, también deberemos ponderarlo. Considerar éstas variables en la elección del mercado, se conoce como elección del mercado meta.

Para elegir un país y no otro, así como para determinar el mercado meta, se podrán considerar las siguientes variables:

- Posición geográfica
- Volumen y crecimiento del mercado
- Volúmenes de importación
- Hábitos de compra y consumo
- Esquemas de comercialización

- Infraestructura de transporte y logística comercial
- Regulaciones arancelarias y no arancelarias
- Situación económica, política y social
- Tratados y acuerdos comerciales firmados con México

La decisión final de cuál será el mercado meta más conveniente, una vez considerados los elementos anteriores requiere consultar fuentes de información indirectas como las que publica BANCOMEXT (boletín de oportunidades de exportación, perfiles de mercado y Revista Negocios Internacionales por ejemplo) y los sistemas de información que ofrece mediante su suscripción (SIMPEX por ejemplo); otra opción es: las guías empresariales que publicó SECOFI en el 2000. Si los recursos de la empresa lo soportan, es muy recomendable establecer tratos directos con clientes potenciales, acudiendo a ferias y exposiciones internacionales donde se reúnan competidores y demandantes de nuestro producto, similares y/o sustitutos. Un nuevo recurso ha surgido con el comercio electrónico, aunque por lo incipiente de ésta práctica, el esquema actual de ausencias de mecanismos de confiabilidad y la imperfección de normas jurídicas que regulen y den mayor seguridad a ésta opción, es aún un riesgo".²⁷

3.7 LOGÍSTICA DE EXPORTACIÓN

"Originalmente la logística nació con el arte militar, encargado del movimiento, transporte y estacionamiento de las tropas. Actualmente, la logística en la empresa es considerada como la técnica del control y la gestión de los flujos de materia prima y de productos, desde sus fuentes de aprovisionamiento hasta sus puntos de venta.

La logística involucra todas las operaciones que determinan el movimiento de productos: localización de unidades de producción y bodegas; aprovisionamiento;

²⁷ Joaquín Flores Paredes, El contexto del comercio exterior de México: Retos y oportunidades en el mercado global, Ed. Universidad Nacional Autónoma de México, 1ra. Edición Noviembre de 2001.

gestión del proceso de fabricación; embalaje; almacenamiento y control de inventarios; manejo de productos en unidades de carga; transporte y diseño de distribución física de productos. "Logística moderna: es el conjunto de actividades que tienen por objetivo la colocación, al menor costo, de una cantidad de producto en el lugar y en el tiempo donde una demanda existe".²⁸

El desarrollo de la logística ha sido estimulado principalmente por los cambios en los consumidores, en los procesos productivos y su organización, en las tecnologías de gestión, en el entorno político-económico y por el avance revolucionario en informática y telecomunicaciones.

Estamos presenciando desde la década de los 80 un cambio en la distribución espacial de los consumidores y en sus características. Se debe atender la necesidad de una población crecientemente urbana, al mismo tiempo que crecen las zonas marginadas, pero además se debe considerar una mayor movilidad espacial del consumidor debido a la expansión del uso del automóvil. Estos cambios van acompañados de una mayor propensión a consumir y a un mayor precio por la diferencia de productos entre los estratos de ingresos medios y altos. Esto último impone la necesidad de ofrecer una mayor variedad de modelos, colores, marcas, envases, etcétera, de productos que satisfacen la misma necesidad.

En el ámbito de la producción se han estabilizado los costos de producción, debido a la maduración del desarrollo tecnológico, esto ha auspiciado el surgimiento de más competidores y productos sustitutos o intercambiables. Adicionalmente los progresos en la tecnología informática han hecho más accesible su aplicación a la gestión organizativa de las empresas quienes han logrado simplificar y abaratar operaciones específicas. A esto se ha sumado el desarrollo de las telecomunicaciones, que facilitan y agilizan la transmisión de textos, imágenes y sonido entre países, empresas y particulares.

²⁸ Association des Logistics d'Enterproces, Francia (ASLOG)

Logística y competitividad internacional.

Con frecuencia los análisis de competitividad internacional se limitan a considerar los precios, en ocasiones la calidad y/o servicio postventa y excepcionalmente consideran cuestiones como el costo de oportunidad en tiempo y lugar. Los exportadores exitosos han demostrado que la competitividad en comercio exterior reside, fundamentalmente, en una innovación constante en los canales de comercialización, la logística y las cadenas de transporte.

Principalmente entre las empresas medianas y pequeñas que se inician en la exportación suelen ignorar o menospreciar la importancia de la logística internacional. No obstante, un producto competitivo en precio y calidad en el país que lo produce, puede limitar su potencial exportador por un manejo errado o incompleto de la logística.

Para aprovechar cabalmente las oportunidades de exportación que ofrece el mercado externo, es muy importante considerar los elementos esenciales de logística: envase y embalaje, transporte o flete, la entrega de la mercancía en el lugar convenido, la obtención del seguro, cuando este aplica y el manejo de crédito, cuando aplique, y la cobranza respectiva y distribución física.²⁹

Elementos que comprende la logística internacional

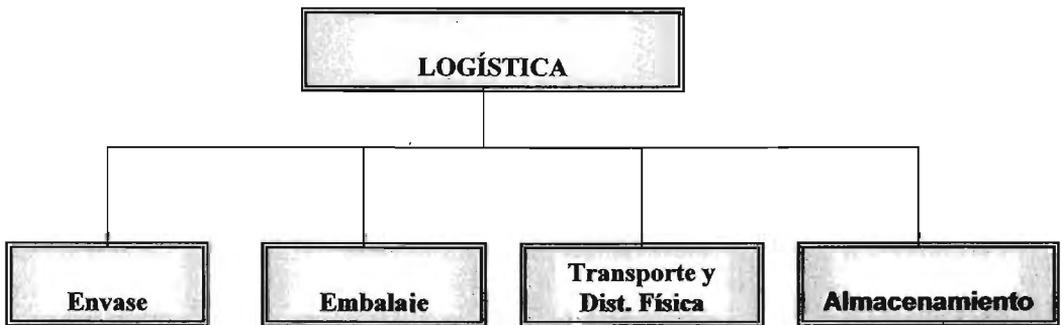
La mercancía a exportar normalmente requiere ser estibada en una forma especial para evitar que se dañe durante el trayecto y con la serie de maniobras por las que tiene que pasar desde el lugar de origen hasta el de destino. En el ámbito de las exportaciones la logística es algo más compleja debido a la necesidad de que la mercancía salga de un país e ingrese a otro, para lo que se requiere el conocimiento y

²⁹ Joaquín Flores Paredes, El contexto del comercio exterior de México: Retos y oportunidades en el mercado global, Ed. Universidad Nacional Autónoma de México, 1ra. Edición Noviembre de 2001.

autorización de las autoridades aduaneras de ambos países. Los procesos de exportación frecuentemente requieren, además varios tipos de transportes (multimodal).

Por lo tanto la logística de exportación comprende esencialmente cuatro tareas, las cuales son:

TAREAS DE LA LOGÍSTICA DE EXPORTACIÓN



Esquema 1

3.8 MERCADOTECNIA

Los principios de la mercadotecnia son universales y su aplicación no se circunscribe a un sólo país. En ese sentido, entendemos como mercadotecnia internacional aquella actividad de la empresa encaminada a comercializar su producto en más de un país. Hoy más que nunca el eje alrededor del cual giran las principales variables de la mercadotecnia: producto, precio, plaza y promoción es el consumidor. No obstante esas variables, en mercadotecnia internacional están condicionadas por el ambiente económico, cultural, legal y político de cada país. Evidentemente una empresa grande podrá elaborar un plan de mercadotecnia internacional en forma, pues tendrá a su disposición los recursos técnicos y financieros necesarios, así como la justificación por el monto en el valor involucrado de sus exportaciones.

ESTA TESIS NO DEBE
SALIR DE LA BIBLIOTECA

Las empresas medianas y pequeñas tendrán que medir sus recursos para saber si, por las características de su producto, de los consumidores potenciales del mismo, de la dimensión del mercado meta y del valor de su exportación, puede soportar la inversión en una campaña de ventas apoyada en publicidad por medios masivos, o adecuar ésta misma a sus posibilidades. Actualmente otra opción la constituye recurrir a alianzas estratégicas, en las que el socio del país importador, que conoce mejor su mercado de lo que podría hacerlo la empresa exportadora, se encarga del plan de mercadotecnia.³⁰

Mercadotecnia internacional

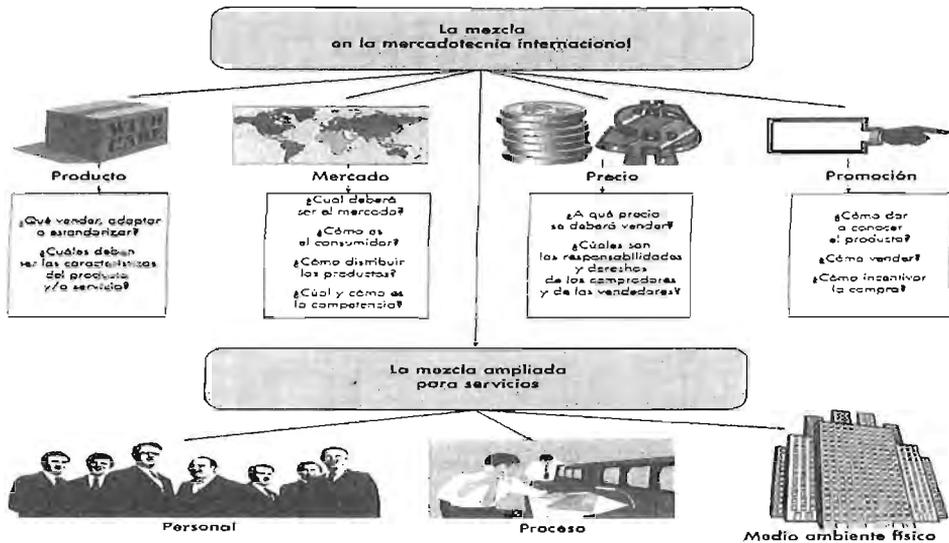
La mercadotecnia internacional se define como el conjunto de conocimientos que tienen como fin promover y facilitar los procesos de intercambio de bienes, servicios, ideas y valores entre oferentes y demandantes de dos o más países, para satisfacer las necesidades y/o deseos de los clientes y/o consumidores, al tiempo que permiten a los oferentes (empresas, instituciones o individuos), lograr sus propósitos respecto a ingresos, ganancias, servicios, ayuda o proselitismo, que son el motivo de su acción y su existencia.

La mezcla de la mercadotecnia aplicada a la mercadotecnia internacional

En el siguiente esquema se presentan los elementos que conforman la mezcla de mercadotecnia y los aspectos a considerar para el análisis de cada uno de ellos.

³⁰ Joaquín Flores Paredes, El contexto del comercio exterior de México: Retos y oportunidades en el mercado global, Ed. Universidad Nacional Autónoma de México, 1ra. Edición Noviembre de 2001.

ELEMENTOS QUE CONFORMAN LA MEZCLA DE MERCADOTECNIA



Esquema 2

Elementos que intervienen en la aplicación de la mercadotecnia internacional

Producto

En la aplicación de la mercadotecnia internacional el producto es el bien o servicio que se comercializa o se desea comercializar en el mercado exterior. En la operación de una empresa en el mercado internacional es necesario contestar las siguientes preguntas:

1. ¿Qué producto exportar?
2. ¿Cuáles son los factores del éxito exportador de los productos?

Partiendo del hecho de que no todo producto es exportable, se deben identificar aquellos bienes o servicios que puedan ser necesitados en el mercado meta, además

que presenten alguna ventaja competitiva significativa y observable con respecto a otras opciones que puedan tener los consumidores.

Por otro lado, en la selección del producto a exportar es necesario considerar si el producto puede entrar en el mercado de destino exterior, es decir, la ausencia de barreras arancelarias o no arancelarias que sean infranqueables. En la evaluación del producto para el mercado internacional es conveniente analizar la estructura del mismo para definir cuales son las ventajas y desventajas actuales y determinar si es conveniente o necesario hacer algunos cambios en el mismo para lograr un grado de aceptación por parte de los probables consumidores; primero deberá investigar cuáles son los factores importantes en la decisión de los compradores, y después evaluar el grado en que su producto satisface esas expectativas siempre en comparación con los productos que ofrecen sus competidores en ese mercado.

Estandarizar y adaptar los productos

La empresa que desee exportar deberá analizar y considerar muy seriamente que le conviene hacer para lograr que el producto que desee exportar pueda ser aceptado y deseado por los compradores del mercado meta.

Estandarizar. Cuando hay homogeneidad, entre los consumidores y normatividad en diversos mercados con relación al producto, se hace aceptable comercializar con características idénticas en otras naciones.

Adaptar. Cuando las diferencias son significativas entre las características, hábitos, gustos y preferencias entre los clientes y usuarios de diversos países y/o cuando la normatividad vigente en un país exija ciertas adecuaciones en el producto.

Mercado

Existen diversas acepciones relacionadas con el término mercado, dependiendo de la especialidad bajo la cual se estudia o de la intención que se tiene para ello.

- a) Desde el punto de vista económico, mercado es el lugar donde confluyen la oferta y la demanda.
- b) Desde el punto de vista comercial, el mercado es el conjunto de actuales y posibles clientes y consumidores o usuarios.

En lo que respecta a la mercadotecnia, existen una serie de conceptos fundamentales relacionados con el mercado: consumidores, clientes, mercado meta, segmento, nicho, canales de distribución, logística, posicionamiento, mapas perceptuales y diferenciación.

Mercado internacional es aquel que se presenta cuando el oferente comercializa sus bienes o servicios en el extranjero en uno o varios países, a través de procesos de exportación-importación y/o alianzas estratégicas o empresas subsidiarias en el exterior. En la comercialización en el extranjero adicionalmente se presentan una serie de factores que pueden hacer más complejo el proceso de introducción y crecimiento en esos mercados, como son los aranceles, la normatividad diferente en cada país, las diferencias de gustos y costumbres de los consumidores y compradores, canales de distribución, etcétera, de distintos países.

Precio

Es uno de los cuatro elementos fundamentales de la mezcla de mercadotecnia que tendrán que accionar los empresarios para lograr los objetivos de la empresa en cuanto a la utilidad y participación de mercado. La obtención de utilidades a corto y

mediano plazo se ve impactada directamente por la política de precios que establezca la empresa.

El precio es la cuantificación en dinero de un valor que depende de la utilidad que el producto tenga para satisfacer las necesidades y/o deseos de quien adquiere el producto o servicio. Por otro lado, con relación al oferente, en una economía de libre mercado el precio es el valor monetario de cambio que se le asigna al producto con el fin de obtener un beneficio económico.

Precio con relación al mercado nacional e internacional

Precio para el mercado nacional, es el que se establece para ser manejado en el mercado interno del país del vendedor, el cual debe cubrir los costos fijos y variables, gastos y márgenes de utilidad correspondientes además de atender a la situación de mercado, competencia y objetivos de la organización.

Precio de exportación, es aquel que acuerdan el exportador e importador y que normalmente resulta de la agregación del costo del producto más el margen de utilidad y la serie de costos, gastos e impuestos correspondientes al proceso de exportación-importación.

Podemos apreciar el precio en el tipo de INCOTERM utilizado, es decir, en el mismo se observa si el costo de fletes y seguros ha sido absorbido por el exportador.

Promoción.

La promoción en sentido amplio es el conjunto de actividades o procesos destinadas a estimular al comprador potencial (distribuidores, clientes industriales y consumidores) a la adquisición de bienes, servicios, ideas, valores y estilos de vida.

La promoción en un sentido estricto es también llamada promoción de ventas, que consiste en una serie de mecanismos y acciones a corto plazo, incentivar la compra por parte de los clientes y la venta de los canales de distribución y agentes vendedores, cuando se trate de mercadotecnia de servicios se suele agregar en la mezcla de mercadotecnia los siguientes elementos: personal, proceso y medio ambiente físico para la presentación del servicio.³¹

Canales de comercialización

Nuevamente la elección del canal de comercialización más adecuado va a depender del tipo de producto, de las características del mercado y por tanto de los consumidores a los que se dirige y de los recursos de la empresa para poder financiar los costos que implica la exportación. Así, entre más alejado se encuentre el exportador del consumidor final en el extranjero, aumentará el margen de ganancia del intermediario, aunque se pueda reducir los riesgos de exportar por su cuenta directamente.

A continuación se mencionan algunos de los más frecuentes intermediarios del comercio exterior:

1. Agente comisionista. Cobra un porcentaje convenido por sus servicios de orientación en ventas y embarque.
2. Agentes y representantes en el extranjero. Cobra un monto fijo proporcional a las ventas por su servicio de asesoría sobre mercados del exterior, condiciones de venta, qué productos y cómo se pueden vender. Puede disponer de medios promocionales para las ventas.

³¹ Alejandro Lerma Kirchner, Comercio y mercadotecnia internacional (Metodología para la formulación de estudios de competitividad empresarial), Ed. International Thomson Editores, S.A. de C.V., 3ra. Edición 2004.

3. Distribuidores. Compran por cuenta propia y venden con sus propios recursos al consumidor final. Obtienen un descuento sobre el precio de venta y mantienen existencias a crédito.
4. Broker. Compra directamente al fabricante en el país de origen (ExWorks) con un máximo descuento y después revende a un importador mayorista, agregando al precio ExWorks los gastos de exportación y una jugosa utilidad.
5. Empresas integradoras, en ocasiones llamadas nodrizas. Son quienes compran o venden en el exterior por cuenta de sus asociados.

Para empresas pequeñas y medianas ésta última puede ser una buena opción, pero depende del tipo de producto.

En la actualidad, ha surgido el comercio electrónico como un medio que empieza a revolucionar el comercio mundial y que en los próximos años podría transformar radicalmente las estrategias de competitividad. Las empresas pueden ya ofrecer sus productos en línea en una “tienda virtual”, interactuando con los clientes potenciales en todo el mundo. La restricción actualmente es la falta de mecanismos seguros y confiables, la legislación ha sido recientemente aprobada en abril de 2000, para proteger tanto a importadores como exportadores de la injerencia de “hackers” y otros personajes que comenten fraudes y crean incertidumbre en este nuevo tipo de hacer comercio a escala mundial. No obstante, la rapidez con la que se logran eludir los ordenamientos jurídicos por parte de estos nuevos piratas electrónicos, no permite aún tener garantizada la seguridad en este tipo de operaciones.

Con mayor agilidad y a un costo relativo menor, se pueden ya realizar todas las transacciones de valores, implicando la transferencia de información, productos, servicios o pagos a través del uso de redes electrónicas. Éste comercio electrónico se puede clasificar como indica la siguiente tabla³²:

³² Joaquín Flores Paredes, El contexto del comercio exterior de México: Retos y oportunidades en el mercado global, Ed. Universidad Nacional Autónoma de México, 1ra. Edición Noviembre de 2001.

1. Ventas de empresa a consumidor final con entrega física.	2. Operaciones entre el sector público.
3. Ventas empresa – empresa.	4. Ventas de tecnología (software, hardware, servicios de Internet y adicionales).

Tabla 19

3.9 TRAMITACIÓN ADUANAL

La tramitación aduanal comprende la serie de acciones y documentos necesarios para que la autoridad aduanera permita la entrada o salida de mercancías de un país.

El proceso se inicia cuando, con base en una operación de comercio internacional, el exportador (vendedor) prepara y remite una carta de encomienda o instrucciones al agente aduanal que le presta servicio. El flujo es el siguiente:

1. El exportado formula carta de encomienda (instrucciones) a su agente aduanal.
 2. El agente aduanal formula pedimento de exportación.
 3. Presenta pedimento de exportación a la autoridad aduanera, si la documentación no es correcta, deberá realizar las acciones correctivas que correspondan; y si es correcta pasará al siguiente punto.
 4. Determinar si corresponde revisión física. En el caso de no requerirla, la autoridad aduanera autorizará la salida de mercancía, en caso necesario, y de no ser correcta, se deberán realizar las acciones correctivas necesarias.
 5. Maniobras y transporte internacional.
 6. La mercancía llega al puerto o aduana de destino.
 7. El agente aduanal del importador presenta documentación a la autoridad aduanera.
 8. Si la documentación es correcta, se verificará si es necesaria la revisión física, de ser así, deberá realizarse el trámite y en caso de no ser satisfactoria se deberán realizar las acciones correctivas necesarias.
-

9. El importador formula carta de encomienda (instrucciones) a su agente aduanal.
10. El agente aduanal del importador formula pedimento de importación.
11. Se determina si es una importación libre de arancel.
12. En caso de no ser así, se deberá pagar el arancel correspondiente.
13. Por último la autoridad aduanera autoriza la entrada de la mercancía.

El agente aduanal es la persona facultada por la ley para desarrollar las acciones necesarias a nombre de quien contrata sus servicios, con el fin de que la autoridad autorice la entrada, en el caso de importaciones, o salida, si se trata de exportaciones, de mercancía al o del territorio nacional.

Nuestra legislación también contempla la figura de apoderado aduanal, quien realiza labores similares a las que desarrolla el agente aduanal, pero sólo para la organización en la cual está empleado.

Tanto el agente como el apoderado aduanal requieren reconocimiento y autorización del poder público, para lo cual es necesario que obtengan la patente correspondiente, de acuerdo con los procedimientos establecidos por la ley y las normas emanadas de la autoridad fiscal.

Documentos para la exportación

Los documentos que usualmente se requieren en el proceso de exportación/importación pueden ser los siguientes, de acuerdo al tipo de producto, el transporte y el país de origen o destino:

1. Carta de instrucciones o de encomienda. Es el documento en el cual el exportador y el importador proporcionan la información a sus respectivos agentes aduanales con el fin de que procedan a realizar en su nombre la tramitación

necesaria para desaduanizar la mercancía en la aduana de salida si se trata de exportación o de arribo, si se trata de importación.

2. Factura comercial. Es el documento que confiere y demuestra la propiedad legal de la mercancía que se exporta.
3. Pedimento de exportación. Es el documento oficial en que se solicita a la autoridad aduanera que autorice la salida (desaduanización) de la mercancía, y en el cual se describe el producto objeto de la operación comercial internacional y se clasifica de acuerdo con el código aduanero que opera en el país para su registro y, en contados casos, para el pago de algún arancel a las exportaciones de cierto tipo de mercaderías.
4. Pedimento de importación. Es el documento contrario al pedimento de exportación en el que el importador solicita a la autoridad el permiso para el ingreso de la mercancía de importación mediante su agente aduanal. En el pedimento de importación al igual que en el de exportación, se indica la clasificación arancelaria en la que se basa la cuantificación de los aranceles de importación.
5. Conocimiento de embarque. Es la guía aérea, talón de ferrocarril o carta porte, según corresponda al tipo de transporte o transportes internacionales para la mercancía a exportar, con el cual el transportista se responsabiliza de la posesión de las mercancías durante el viaje de éstas hacia el mercado de destino.
6. Póliza de seguro. Es el documento extendido por las compañías de seguros en el cual se establece la cobertura de riesgos, condiciones y tiempo convenidos entre éstos y el exportador o importador.
7. Carta de crédito. Se trata del instrumento bancario que más frecuentemente se utiliza en el comercio internacional para garantizar el pago de la mercancía exportada y el cumplimiento de las demás obligaciones acordadas entre un importador y un exportador.
8. Certificado sanitario. Dependiendo de los requerimientos que establezca el importador y/o las autoridades del país de éste, en algunos casos se requiere

que el exportador ordene el análisis sanitario de la mercancía por algún laboratorio especializado en ello. De ésta manera el importador puede confiar en que los productos que adquiere en el exterior cumplen la normatividad necesaria y están dentro de los parámetros sanitarios aceptables para poder ser importados.

9. Certificado de calidad. Es un documento que eventualmente es solicitado por el comprador para asegurarse que el producto que adquiere se encuentra dentro de los parámetros de calidad aceptables.
10. Certificado de origen. Es el documento que demuestra la procedencia nacional y/o regional del producto en los términos y porcentajes que establecen determinados acuerdos y/o tratados comerciales internacionales con el fin de poder aprovechar las ventajas arancelarias y no arancelarias que se establecen entre los países que los firman.
11. Lista de empaque. Es la relación de los productos contenidos en cada unidad de embalaje.

Ciertas autoridades aduaneras y fiscales de diversos países exigen que determinados documentos, como las facturas, presenten una legislación consular para tener validez en la tramitación de las exportaciones.

Transporte

El exportador, dependiendo de su capacidad económica y logística, además de la importancia, continuidad y volumen de ventas en el mercado meta, puede optar por mantener una existencia suficiente para atender a la demanda normal en tal mercado, o bien, transportar la mercancía de cada operación de comercio exterior.

Medios de transporte. Los medios de transporte de las mercancías para el comercio internacional son:

- Terrestre: autotransporte de carga y ferrocarril.

- Transporte por agua: fluvial y marítimo
- Transporte aéreo

Cuando en la transportación de la mercancía a exportar intervienen dos o más tipos de transporte, se dice que se trata de transportación o transporte multimodal.

En cualquier tipo de transporte, dependiendo de las necesidades de los exportadores e importadores, además de la intensidad de operaciones entre el lugar de origen y de destino de las mercancías, el exportador y el importador podrán elegir entre servicios de transporte, regulares o bien, irregulares: es decir, los que contratan específicamente para transportar la mercancía de un lugar a otro sin una periodicidad e itinerario establecido.

El contratante del servicio irregular de transporte, a su vez, suele seleccionar la alternativa de contratar el transporte por tiempo o por viaje.

Dependiendo del tipo de mercancías, se puede utilizar distintos tipos de transporte, general o específico para un tipo de mercancías o carga: barcos contenerizados, barcos o vagones graneleros, contenedores refrigerados, barcos o vagones o autotransportes de líquidos, etcétera.

Seguros

La logística de exportación también contempla la conveniencia de asegurar la mercancía de exportación, lo cual implica la necesidad de mantenerse informados de los tipos de seguros y tarifas que ofrecen las diferentes compañías de seguros, así como el tipo de siniestros previstos en los contratos correspondientes.

Riesgos. Los seguros son contratos que se fincan entre un individuo, en éste caso importador o exportador, y una organización que se compromete a resarcir los

posibles daños a la mercancía relacionadas con el tipo de riesgos considerados en el contrato.

Tarifas de seguro. Las tarifas de los seguros para la mercancía que se desea exportar suelen establecerse en función de factores tan diversos como: el medio de transporte utilizado, la zona geográfica de destino de las exportaciones, la incidencia de siniestros, la duración y/o distancia del transporte, el valor de las mercancías aseguradas, el tipo de las mercancías aseguradas, etc.

Formas internacionales de pago

Una exportación es exitosa cuando se cierra el círculo entre entrega de la mercancía y el pago del importe de la misma, existen diversas formas para esto: Efectivo, cheque, giro bancario, letra de cambio, transferencia de fondos, orden de pago, pero la más utilizada es la carta de crédito, misma que detallaremos a continuación.

Cartas de crédito. Aunque en las operaciones de compraventa internacional se puede realizar el pago de diferentes formas, la más socorrida consiste en utilizar cartas de crédito, en donde intervienen las instituciones bancarias del exportador y del importador, con lo que el exportador obtiene garantía de pago y el importador asegura el cumplimiento de las obligaciones asumidas por el exportador.

En la operación de pago hecha a través de carta de crédito la operación de pago se hace de banco a banco.

La carta de crédito es el instrumento de pago más utilizado, ya que de alguna forma y hasta cierto grado asegura el cumplimiento de las obligaciones de ambos al pasar la obligación de pago a la institución bancaria del importador, la cual "se entiende" con la institución bancaria del exportador.

Aunque ésta suele ser la forma más recurrida para el pago de las importaciones, se debe analizar bien el documento para detectar si contiene algún condicionamiento que pudiese dificultar o impedir el cobro.

Las ventajas de utilizar cartas de crédito para el pago de las exportaciones/importaciones son:

1. Cumplimiento de las obligaciones establecidas tanto para el comprador como para el vendedor.
2. Comodidad y facilidad de operación tanto para el importador como para el exportador, ya que la mayor parte del proceso de cobranza/pago la realizan los bancos del exportador y del importador.
3. El importador usualmente obtiene respaldo crediticio para el pago de los montos establecidos en las cartas de crédito.
4. Tanto el exportador como el importador cuentan con apoyo y asesoría especializada de sus respectivo bancos.

Datos requeridos para la solicitud de una carta de crédito

1. Datos del solicitante (importador).
2. Datos del beneficiario (exportador).
3. Indicación de si la carta de crédito debe ser confirmada o no.
4. Forma de avisar al exportador.
5. Importe del crédito.
6. Condiciones de compra.
7. Lugar y fecha de vencimiento.
8. Requisitos legales acordados entre exportador e importador.
9. Forma de pago.

Clasificación de las cartas de crédito

Por su cancelación o modificación:

- Revocable. Puede ser cancelada o modificada por el ordenante cuando lo desee.
- Irrevocable. Requiere del acuerdo entre ordenante y beneficiario para ser modificada o cancelada.

Por el compromiso del banco corresponsal:

- Notificada. El banco corresponsal (del banco emisor) se limita a notificar la carta de crédito al beneficiario, debiéndose hacer el pago en el país ordenante.
- Confirmada. El banco corresponsal le confirma (asegura) al banco emisor el compromiso de pagar el monto que establece la carta de crédito al beneficiario. Por decirlo así, el banco corresponsal se hace responsable con el banco emisor de realizar el pago al beneficiario.
- Domiciliada. El banco corresponsal se limita a avisar al beneficiario de la carta de crédito, sin comprometerse a nada más, la diferencia con la carta de crédito notificada radica en que el pago se debe realizar en el país del beneficiario y no en el país del ordenante.

Por la transmisión de los derechos:

- Transferible. Permite al beneficiario transferir los derechos totales o parciales que le otorga la carta de crédito a uno o varios beneficiarios en segundo término.
- Intransferible. El beneficiario no puede transferir los derechos que le otorga la carta de crédito a ningún otro sujeto.

Por la posibilidad de volver a negociar el importe:

- Revolvente. En términos generales significa que el monto de dinero del que puede disponer el ordenante de la carta de crédito se restituye cuando se haya restituido en parte o en su totalidad la línea de crédito otorgada por la institución bancaria emisora del ordenante.
- No revolvente. Cuando el importe pagado no restablece el monto de la línea de crédito otorgada por el banco emisor al ordenante.

Otras:

- **Back to Back.** Es aquella en que el ordenante de la carta de crédito aprovecha un crédito o línea de crédito otorgada por el banco emisor con anterioridad.
- **Cláusula Roja.** Es la que permite al banco corresponsal hacer adelantos al beneficiario de acuerdo con lo que establece una disposición especial denominada “cláusula roja”.
- **Standby.** Es aquella que se emite como garantía del cumplimiento de determinadas obligaciones y sólo se cobra cuando esas obligaciones no se cumplen.³³

El pago de la mercancía adquirida en el extranjero puede hacerse de diferentes formas, algunas de ellas bastante riesgosas para el importador, exportador o para ambos.

El pago en efectivo y en cheque, aunque son posibles, también son muy riesgosos, en especial el primero, por lo que no son muy recomendables.

El pago en cheque o en títulos de crédito, como letras de cambio o pagarés, incrementa en cierto grado la seguridad de que se realizará la cobranza de las cuentas correspondientes en el momento en que estás sean exigibles, pero pueden presentarse diversos subterfugios de orden legal que obstruyen el pago y hacen necesario contratar litigantes en el extranjero, lo cual suele resultar problemático y oneroso.

La cobranza personal utilizando cobradores propios o contratados en el lugar correspondiente al comprador, son en esencia un respaldo a la cobranza en el caso que el pago no se haya hecho por anticipado. Éste tipo de cobranza aplica cuando el pago se hace en efectivo y también cuando se hace con cheque o algún título de crédito como pagaré y letra de cambio.

³³ Alejandro Lerma Kirchner, Comercio y mercadotecnia internacional (Metodología para la formulación de estudios de competitividad empresarial), Ed. International Thomson Editores, S.A. de C.V., 3ra. Edición 2004.

Otro medio para hacer el pago internacional consiste en utilizar los sistemas bancarios tanto del país del exportador como del importador, mediante el envío de giros bancarios y transferencias de este tipo; una desventaja de utilizar este medio consiste en que éstas remesas bancarias no tienen relación alguna con el cumplimiento de las obligaciones del comprador y del vendedor internacional. Se condicionan a la firma de pedido o entrega de mercancía.

CAPITULO 4. SITUACIÓN DEL MERCADO META EN GUATEMALA

4.1 Características Socioeconómicas y Políticas

4.1.1 Características Socioeconómicas

Guatemala es un país típico subdesarrollado, donde predomina la población rural, con muchas carencias y su economía se sustenta principalmente en actividades primarias, a continuación se presentan los principales indicadores socioeconómicos.

Información general de Guatemala

<i>Nombre Oficial:</i>	República de Guatemala
<i>Capital:</i>	Ciudad de Guatemala
<i>Sistema de Gobierno:</i>	Un Poder Ejecutivo que es ejercido por el Presidente de la República, electo por voto popular; un Poder Legislativo que descansa en el Congreso de la República; y un Poder Judicial bajo la responsabilidad de la Corte Suprema de Justicia.
<i>División Politico-Admva.:</i>	22 departamentos
<i>Limites Geográficos:</i>	Guatemala colinda al norte con México, al sur con el litoral del Pacífico, al oeste con México y al este con el litoral del

Otro medio para hacer el pago internacional consiste en utilizar los sistemas bancarios tanto del país del exportador como del importador, mediante el envío de giros bancarios y transferencias de este tipo; una desventaja de utilizar este medio consiste en que éstas remesas bancarias no tienen relación alguna con el cumplimiento de las obligaciones del comprador y del vendedor internacional. Se condicionan a la firma de pedido o entrega de mercancía.

CAPITULO 4. SITUACIÓN DEL MERCADO META EN GUATEMALA

4.1 Características Socioeconómicas y Políticas

4.1.1 Características Socioeconómicas

Guatemala es un país típico subdesarrollado, donde predomina la población rural, con muchas carencias y su economía se sustenta principalmente en actividades primarias, a continuación se presentan los principales indicadores socioeconómicos.

Información general de Guatemala

<i>Nombre Oficial:</i>	República de Guatemala
<i>Capital:</i>	Ciudad de Guatemala
<i>Sistema de Gobierno:</i>	Un Poder Ejecutivo que es ejercido por el Presidente de la República, electo por voto popular, un Poder Legislativo que descansa en el Congreso de la República; y un Poder Judicial bajo la responsabilidad de la Corte Suprema de Justicia.
<i>División Político-Admva.:</i>	22 departamentos
<i>Límites Geográficos:</i>	Guatemala colinda al norte con México, al sur con el litoral del Pacífico, al oeste con México y al este con el litoral del

	Atlántico, Honduras y El Salvador.
<i>Superficie:</i>	108,890 kilómetros cuadrados (42,043 millas cuadradas)
<i>Latitud :</i>	14° a 18° Norte
<i>Longitud :</i>	88° a 92° Oeste
<i>Temperatura :</i>	15° a 25°
<i>Precipitación pluvial:</i>	1,200 y 2,500 milímetros. Meses lluviosos de mayo a octubre.
<i>Topografía:</i>	Principalmente montañosa, con presencia de planicies costeras.
<i>Clima:</i>	Temporada lluviosa (mayo - octubre) y Temporada seca (noviembre – abril).
<i>Zona de Tiempo:</i>	EST- 1 hora, GMT- 6 horas
<i>Moneda:</i>	Quetzal
<i>Idioma Oficial:</i>	Español

Fuente : Banco de Guatemala, pagina web www.Banguat.gob.gt

Tabla 20

Indicadores demográficos

Población:	11,237,196 habitantes
Población Rural:	64 %
Tasa Anual de crecimiento:	2.7%
Expectativa de vida:	64 años
Densidad de población:	107 habitantes por kilómetro cuadrado
Crecimiento poblacional (anual):	2.6%
Tasa de alfabetismo:	71.2% (52% hombres y 48% mujeres)

Fuente : Banco de Guatemala, pagina web www.Banguat.gob.gt

Tabla 21

Indicadores económicos

Población económicamente activa:	3,479,621 habitantes
PIB del 2002 a precios corrientes:	181,945 (millones de quetzales)
Crecimiento del PIB (2002):	2.02%
Crecimiento esperado para el 2003:	2.4%

Fuente : Banco de Guatemala, pagina web www.Banguat.gob.gt

Tabla 22

Crecimiento económico -cifras porcentuales-

Año	- % -
1994	4.0
1995	4.9
1996	3.0
1997	4.4
1998	5.0
1999	3.6
2000	3.3
2001	2.1

Fuente : Banco de Guatemala, pagina web www.Banguat.gob.gt

Tabla 23

Comportamiento de la tasa de inflación, tipo de cambio y de interés 1994-2001

-Cifras Porcentuales-

	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001
Inflación (% anual)	11.6	8.6	10.8	7.1	7.5	4.9	5.1	8.9
Tipo de Cambio */ (Quetzales por Dólar)	5.6	6.0	6.0	6.2	6.8	7.7	7.7	7.9
Tasa de Interés Anual Promedio Ponderada (%)								
Activa	20.2	22.2	22.4	16.2	18.1	20.6	20.1	17.9
Pasiva	7.6	10.6	11.0	6.3	7.2	11.3	11.0	8.5

Fuente : Banco de Guatemala, pagina web www.Banguat.gob.gt

Tabla 24

*/ Tipo de cambio promedio ponderado anual , Actualización: Junio, 2002

Costos factoriales Cifras en US\$

Teléfono

Instalación telefónica: US\$ 355.00

Tarifas Nacionales por Minuto

-Ciudad de Guatemala: 0.03

-Departamental: 0.05

Tarifa Internacional por minuto

-Para Centroamérica y México: 0.22

-Estados Unidos y Canadá: 0.33

-Para Sur América: 0.60

-Para Europa: 0.74

-Otros: 0.91

Fuente: Telecomunicaciones de Guatemala, S. A.

*/ Tarifa reducida. Otros Servicios: Telefonía Celular, Intelsat Business Service, Packet s Switching Network, Internet Services, Discado Directo por medio de Operadores Internacionales.

Actualización: Junio, 2002

Salarios por día laborado (Quetzales)

Agricultura	3.49
Industria	3.81
Construcción	3.81
Comercio	3.81
Servicios	3.81

*/ Excepto los salarios para Panadería y repostería, en dichos casos remitase al Artículo 2 del Acuerdo Gubernativo No. 23-99.

Fuente: Ministerio de Trabajo y Previsión Social. Actualización: Junio, 2002

Agua

Costo promedio por metro cúbico */	0.61 Quetzales
------------------------------------	----------------

Fuente: Empresa Municipal de Agua –EMAPAGUA- Actualización: Junio, 2002

Tabla 25

*/ Esta tarifa está considerada a partir de un consumo de 121 M3 y es aplicable en la ciudad capital

Electricidad por Kwh.

	Región Central	Resto del país
Baja Tensión - hasta 11 Kw. - :	0.16	0.09
Media Tensión –11 a 100 KW- :	0.14	0.07
Alta Tensión - más de 100 KW -:	0.04	0.04

Fuente: Comisión Nacional de Energía Eléctrica y Administrador del Mercado Mayorista.

Tabla 26

Actualización: Junio, 2002

Infraestructura

Aeropuertos Internacionales:	2 (en Ciudad de Guatemala y en Santa Elena, Petén)
Puertos Marítimos:	4 (2 en el Océano Pacífico y 2 en el Océano Atlántico).
Carreteras:	23,444 Kms. (21 % pavimentadas, 26 % de terracería y 53% caminos rurales)
Ferrocarril:	522 millas de carril angosto
Zonas Francas:	20

Fuente: Ministerio de Comunicaciones, Infraestructura y Vivienda -MICIVI-, MICIVI/Dirección General de Caminos y Depto. de Política Industrial.

Tabla 27

Aduanas

Las principales aduanas fronterizas de Guatemala son las siguientes:

- a) Frontera con México:
 - Tecún Umán.
 - El Carmen.
 - La Mesilla.
- b) Frontera con El Salvador:
 - Ciudad Pedro de Alvarado.
 - Valle Nuevo.
 - San Cristóbal.
 - La Ermita.
- c) Frontera con Honduras:
 - Agua Caliente.
 - El Florido.
- d) Frontera con Belice:
 - Melchor de Mencos.

Posicionamiento comercial estratégico

-Principales socios comerciales que se localizan a cortos tiempos de transportación aérea: A Estados Unidos, vía Miami 2:30 hrs., a México (D. F.) 2:00 hrs. y a Panamá 2:00 hrs.

-Posición geográfica que facilita una rápida movilización de productos: Guatemala es la puerta de entrada tanto al mercado centroamericano como al mercado norteamericano.

Comercio intrarregional centroamericano 2001 */ -en millones de US dólares-

País	Exportaciones	%	Importaciones	%
Guatemala	1,0502	37	788.9	27
El Salvador	729.2	26	823.8	29
Honduras	206.5	7	526.2	18
Nicaragua	169.2	6	455.5	16
Costa Rica	698.9	24	292.5	10
Total	2,854.4	100	2,886.9	100

fuelle: secretaria de integración económica centroamericana, */ cifras estimadas, Actualización: Junio, 2002

Tabla 28

Comercio exterior

Principales productos exportados: Café, Azúcar, Banano, Petróleo, Cardamo, Productos Agrícolas No Tradicionales, Textiles y Prendas de Vestir. Especialidad Destacada en Productos Agrícolas e Hidrobiológicos: Como Productos Agrícolas No Tradicionales sobresalen, con sello de clase mundial: brócoli, arveja china, col de Bruselas, ajonjolí, espárragos y chile, con demanda potencial atractiva en los mercados de Estados Unidos y Europa. En el caso de los Hidrobiológicos las principales especies de exportación son: Camarón, Langosta y Calamar.

Fuente: AGEXPRONT

Principales Importaciones: Maquinaria, productos electrónicos, productos de petróleo, químicos, plásticos y productos de papel.

Principales Rubros Generadores de Divisas: Azúcar, café, remesas familiares, turismo y viajes.

Fuente: Banco de Guatemala

Principales Socios Comerciales:

- Estados Unidos de América,
- Centroamérica,

- México,
- Alemania,
- Japón,
- Venezuela y
- Panamá.

Fuente: Banco de Guatemala

4.1.2 Características políticas

Principales corrientes políticas

El escenario político está compuesto fundamentalmente por tres corrientes, las cuales son:

1. - La tendencia de la Confederación de Cámaras y Asociaciones Agrícolas, comerciales, Industriales y Financieras (CACIF), que pretende retomar el control del gobierno, apoyándose en partidos; como el Partido de Avanzada Nacional (PAN) y personalidades afines de la derecha empresarial. Habrá que observar si logra unificarse o irá dividida.
2. - El continuismo a través del Frente Republicano Guatemalteco (FRG) o del grupo de Rabbé, que trata de dar fuerza al proyecto político actual.
3. - La que conforma la izquierda a partir de sus fuerzas dispersas; la coyuntura la favorece, ya que hay una decadencia de los proyectos de derecha empresarial y militar.

Sistema electoral

Dentro de los mecanismos políticos que constituyen una importante garantía de los sistemas políticos para lograr la participación ciudadana en la toma de decisiones de los destinos de sus respectivas sociedades, los sistemas electorales juegan un

importante papel pues a través de ellos se establecen los mecanismos de elección, ratificación y revocación de mandatos de los "poderes públicos", sistemas, estos que se tornan en complejas maquinarias. Pero las diferentes formulas en búsqueda de tratar de encontrar un mejor método para aplicarse en los partidos políticos y con ello en los sistemas electorales, los pilares los siguen constituyendo el "sistema mayoritario" y el "sistema proporcional", que de la unión de ambos se desprenden los fundamentales sistemas electorales que imperan en Europa actualmente.

Esto es fundamental para que Guatemala haga acopio de ello y con esto, se evita el manoseo político que siempre deja en duda la elección de un candidato. Por otro lado, tratando de simplificar las formulas, diremos que el "Sistema Mayoritario" tiene entre sus principales características, que los "Distritos Electorales" son pequeños en cantidad de electores y en cargos a elegir de entre los candidatos de cada uno de los partidos y de los candidatos independientes.

De todos los candidatos propuestos se eligen solamente los de la fuerza, partido u organización que obtenga la mayoría simple o absoluta que establezca la ley Electoral en cada caso, acaparando la representación ciudadana para sí. Las restantes fuerzas o candidatos quedan sin representación legislativa y su representación ciudadana se delega en sus opositores sobre los que recae toda la representación de los cargos a elegir.

Según sus defensores, ese sistema evita las trabas parlamentarias, en la lucha por lograr el consenso o la mayoría (simple o absoluta) necesaria para el ejercicio legislativo.

Por su parte el Sistema Proporcional descansa sobre la base de grandes Distritos Electorales con un alto nivel de concentración de electores, una considerable cantidad de cargos a elegir de entre los candidatos de los partidos y de los representantes independientes, los cuales resultan elegidos proporcionalmente a la

relación porcentual que obtenga en los comicios cada uno de ellos. En Italia este ha sido el sistema histórico utilizado, aunque en 1994 se introdujo una enmienda, para elegir hasta un 33% de los cargos por el sistema mayoritario.

La segunda fórmula (utilizada en Italia) es la que comúnmente se utiliza o se parece a la de Guatemala. Este método, logra mayor nivel de representatividad de las fuerzas contrincantes y de parte de los candidatos en los órganos electivos, pero propende a la inviabilidad de la aprobación de leyes cuando es aplicado de manera absoluta, por lo difícil que se torna lograr el consenso de ese gran conglomerado de fuerzas que resulta elegido y mucho más difícil es lograr (en los casos que lo requiera) la mayoría absoluta o las $\frac{3}{4}$ partes de los votos del órgano legislativo.

Algunos países para tratar de evitar esa presumible atomización aplican la fórmula conocida como la "Barrera del 4 ó el 5%". Para poder tener representación parlamentaria es necesario obtener un por ciento mínimo a nivel nacional

Esta regla se aplica bajo el supuesto de evitar la atomización de las fuerzas y que pequeñas agrupaciones logren entrar en la vida parlamentaria, pero de ello resulta una marginación de las expresiones de las minorías políticas y sociales. Quedando que la "alta política" sólo se dirime entre los grandes contrincantes. Sus defensores argumentan que la irrupción en el juego político de la vida parlamentaria de esas pequeñas o minúsculas expresiones frena los procesos negociadores de las mayorías.

El otro sistema híbrido, es el que se aplica en Francia y también en Latinoamérica. El sistema proporcional de dos vueltas. En la primera se presentan todos los candidatos de todas las fuerzas y se seleccionan los dos principales contrincantes para la segunda vuelta, donde quedan definidos los vencedores, entre la primera y la segunda vuelta las fuerzas que quedan fuera buscan un espacio político donde definen a cual de los dos contrincantes apoyarán.

Este sistema es el que se aplica en Guatemala, aquí juegan un papel importante los políticos a la hora de hacer su elección en una segunda vuelta y con ello, ver a quien apoyan. En la segunda vuelta es donde se juegan intereses que en la mayoría de veces son aprovechados por los "politiqueros" que buscan sus intereses personales para obtener un buen "hueso" como se dice comúnmente. Por esta clase de personajes es que a la hora que se lleva al presidente electo, los compromisos adquiridos vienen a empañar algo que traía un proyecto muy eficaz para ser aplicado en el país.

Ejemplos hay muchos, y se ha dado en todos los partidos políticos que ha gobernado. Entre las tendencias que más se destacan hoy día, se observa el crecimiento de la vertiente persona lista, puesto que en una cantidad considerable de elecciones a todos los niveles, se vota más por la simpatía hacia un político que por los elementos de atracción y convencimiento que proyecta el Programa de un Partido a través de su candidato.

El diagnóstico que hacemos es que hace falta una mayor coordinación y articulación de las organizaciones que componen la sociedad civil. Se debe trabajar en la dirección de un plan de acción conjunta y coordinado, trabajar en función del proyecto de nación y dejar de lado las divisiones. La sociedad civil y las organizaciones no gubernamentales tienen un potencial enorme en sus cuadros y bases; su valor radica en el recurso humano, con experiencia, capacitado, lo que hace falta es que las organizaciones se pongan a trabajar coordinadamente y en armonía.

Estabilización política y Económica

Con el apoyo político propio del proceso democrático del país, la economía de Guatemala ha experimentado una evolución estable en los últimos diez años, a partir de 1986 Guatemala inicia una etapa de estabilización económica, enmarcada en la corrección de los desequilibrios macroeconómicos y financieros.

En ésta etapa se introduce una serie de medidas cambiarias, fiscales y monetarias de precios y manejo de deuda externa, las que rápidamente ofrecen resultados, al detener la caída del PIB, desacelerar la inflación y disminuir el saldo de la deuda externa.

En el período de una economía de mercado, el cual se extiende desde 1995 a la fecha, Guatemala inicia un proceso de cambios para insertarse al nuevo orden mundial, el que busca modernizar su economía, sustentado en cuatro pilares básicos: estabilización, liberalización del comercio, desregulación y modernización de la administración pública, con miras a alcanzar la competitividad del país.

Guatemala tendrá que definir su rumbo a partir de lo que hagan las fuerzas políticas ante este nuevo reto, transformar un país y una sociedad que aún no sale de la transición política ni termina de consolidar la democracia. Los Acuerdos de Paz son nuevamente un horizonte y una bandera de esperanza, unidad y cambio.

4.2 Comportamiento del Mercado de Papel

4.2.1 Producción

A continuación presentamos la tabla 28 con la producción de papel en Guatemala en toneladas métricas, para conocer sus niveles de oferta interna.

PRODUCCIÓN DE PAPEL BOND
(Toneladas Métricas)
Guatemala

1993	1994	1995	1996	1997	1998
9,315.41	8,289.44	10,121.90	10,263.00	12,728.70	12,496.00
1999	2000	2001	2002	2003	2004
14,258.50	13,909.00	13,792.10	14,546.00	14,710.44	15,024.48

Fuente: Banco de Guatemala, página web: www.banguat.gob.gt

Tabla 29

Aunque no de manera regular la producción de papel bond en Guatemala ha tenido un crecimiento constante. En el periodo de 12 años que va de 1993 a 2004 ha crecido 62% (De acuerdo a datos del cuadro anterior), lo que indica un aumento en el consumo del mercado interno.

4.2.2 Importación y Exportación

Enseguida presentamos la información correspondiente a las importaciones y exportaciones de Guatemala, para lograr apreciar por último el estado que ha guardado la balanza comercial. De ésta forma, observaremos si ha sido autosuficiente en éste rubro o si no, en que medida.

Importaciones de la Industria Manufacturera
(Papel y Cartón)
en miles de Dólares

1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004
188,008.40	239,527.90	235,149.00	278,939.00	300,148.00	314,928.27	330,422.74	346,679.53

Fuente: Banco de Guatemala, Departamento de Estadísticas Cambiarias, Sección de Estadísticas Cambiarias, Declaraciones y Formularios Aduaneros.

Tabla 30

De acuerdo a la tabla presentada, podemos observar que durante el periodo comprendido de 1997 al 2004 existe una clara tendencia de incremento de las importaciones correspondientes a la sección 10 (papel y cartón), efectuadas por

Guatemala, ya que las importaciones de 1997 en relación con las del año 2004 representan un aumento del 84.3%, lo que refleja también el aumento en el consumo de éste producto y la incapacidad de la industria local para cubrirlo. A continuación presentamos una gráfica con estos valores para hacer más legible dicho crecimiento en las importaciones:



Fuente: Banco de Guatemala, Departamento de Estadísticas Cambiarias, Sección de Estadísticas Cambiarias, Declaraciones y Formularios Aduaneros

Gráfico 12

**Exportaciones de la Industria Manufacturera
(Papel y Cartón)
en miles de Dólares**

1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004
46,915.20	54,499.00	51,138.70	60,682.40	77,123.00	87,804.44	95,502.68	103,200

Fuente: Banco de Guatemala, Departamento de Estadísticas Cambiarias, Sección de Estadísticas Cambiarias, Declaraciones y Formularios Aduaneros.

Tabla 31

Como apreciamos en el cuadro anterior, en el año 2004, las exportaciones representan un poco menos de la tercera parte de las importaciones realizadas en éste tipo de productos. Lo que nos hace observar que la industria guatemalteca no da

abasto suficiente al consumo nacional. Si bien existe un crecimiento constante en el periodo mencionado, las exportaciones siguen siendo mucho menores a las importaciones, para observar esto de manera más sencilla, a continuación presentamos la tabla de balanza comercial y su gráfica.

**Importaciones y Exportaciones de la Industria Manufacturera
(Papel y Cartón)**

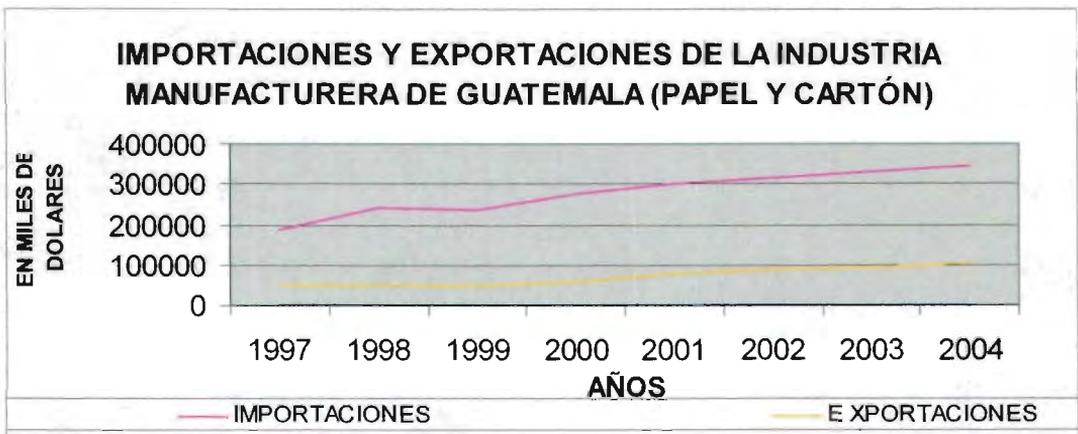
en miles de Dólares

AÑO	IMPORTACIONES	EXPORTACIONES	BALANZA COMERCIAL
1997	\$188,008.40	\$46,915.20	-\$141,093.20
1998	\$239,527.90	\$46,915.20	-\$192,612.70
1999	\$235,149.00	\$51,138.70	-\$184,010.30
2000	\$278,939.00	\$60,682.40	-\$218,256.60
2001	\$300,148.00	\$77,123.00	-\$223,025.00
2002	\$314,928.27	\$87,804.44	-\$227,123.83
2003	\$330,422.74	\$95,502.68	-\$234,920.06
2004	\$346,679.53	\$103,200.00	-\$243,479.53
TOTAL	\$2,233,802.84	\$569,281.62	-\$1,664,521.22

Fuente: Cuadro de elaboración propia

Tabla 32

Gafico 13



Poniendo en relación la producción nacional de papel, las exportaciones e importaciones, podemos observar con claridad que las importaciones son superiores a la producción nacional y por consecuencia a las exportaciones.

4.2.3 Competencia

IMPORTACIONES DE GUATEMALA PAPEL Y CARTÓN 2004 (Miles de Dólares)

PAÍS / VENDEDOR	VALOR CIF
BRASIL	\$ 1,481,753.00
CANADA	\$ 9,112,220.00
KOREA DEL SUR	\$ 972,812.00
COSTA RICA	\$ 4,047,945.00
ESTADOS UNIDOS	\$ 70,553,458.00
MÉXICO	\$ 1,498,308.00
PANAMA	\$ 7,170,438.00
REINO UNIDO	\$ 956,510.00
COLOMBIA	\$ 88,318.00
SUECIA	\$ 5,921,770.00
RESTO DEL MUNDO	\$ 4,560,061.00
	\$ 106,363,593.00

IMPORTACIONES DE GUATEMALA MANUFACTURAS DE PAPEL Y CARTÓN 2004 (Miles de Dólares)

PAÍS / VENDEDOR	VALOR CIF
BRÁSIL	\$ 2,404,503.00
CANADA	\$ 1,487,777.00
KOREA DEL SUR	\$ 8,134,755.00
COSTA RICA	\$ 15,822,640.00
ESTADOS UNIDOS	\$ 47,057,667.00
MÉXICO	\$ 17,402,585.00
PANAMA	\$ 3,251,481.00
REINO UNIDO	\$ 518,071.00
COLOMBIA	\$ 3,171,143.00
SUECIA	\$ 1,404,668.00
RESTO DEL MUNDO	\$ 93,129,117.00
	\$ 193,784,407.00

TOTAL DE IMPORTACIONES:	\$ 300,148,000.00
--------------------------------	--------------------------

Fuente: Banco de Guatemala, Departamento de Estadísticas Cambiarias, Sección de Estadísticas Cambiarias, Declaraciones y Formularios Aduaneros

Tabla 33

Tabla 34

4.2.4 Canales de distribución

Definición

Los canales de distribución son los conductos que cada empresa escoge para la distribución más completa, eficiente y económica de sus productos y servicios, de manera que el consumidor pueda adquirirlos con el menor esfuerzo posible y en el lugar que los solicite.

Finalidad

Los productos y servicios deben ponerse al alcance del consumidor en la cantidad, tiempo, lugar adecuado y al costo más bajo.

Tipos de canales de distribución para el mercado meta:

- Mayorista
- Detallista

CAPÍTULO 5. CASO PRÁCTICO: PLAN DE EXPORTACIÓN EMPRESA TRADE PAPERMEX S.A. DE C.V.

5.1 Antecedentes de la empresa

La empresa tiene una fecha de creación del 28 de Febrero del 2001, y desde entonces se ha tenido un proceso de crecimiento que la ha llevado a cierto nivel de consolidación en el mercado, lo que obviamente dio estabilidad financiera, ya que como en todos los negocios de reciente creación se tiene que formar un historial crediticio, lo que a la fecha a resultado en mayor flexibilidad en el manejo financiero de la empresa.

El inicio de la empresa fue con 10 personas laborando en las diversas áreas, contaba con un Director General y Asistente, Gerente de Ventas con Asistente y dos Vendedores a su cargo, un Administrador y el Encargado de Almacén con dos Ayudantes. El día de hoy son 19 elementos los que conforman la empresa, esto derivado del crecimiento de la misma, sobre todo en las áreas de ventas y almacén, éste último cuenta ya con las funciones de distribución.

El mercado nacional ha tenido varios ajustes, derivados principalmente por los aumentos de precio en materia prima, siendo una comercializadora se han tenido que

Finalidad

Los productos y servicios deben ponerse al alcance del consumidor en la cantidad, tiempo, lugar adecuado y al costo más bajo.

Tipos de canales de distribución para el mercado meta:

- Mayorista
- Detallista

CAPÍTULO 5. CASO PRÁCTICO: PLAN DE EXPORTACIÓN EMPRESA TRADE PAPERMEX S.A. DE C.V.

5.1 Antecedentes de la empresa

La empresa tiene una fecha de creación del 28 de Febrero del 2001, y desde entonces se ha tenido un proceso de crecimiento que la ha llevado a cierto nivel de consolidación en el mercado, lo que obviamente dio estabilidad financiera, ya que como en todos los negocios de reciente creación se tiene que formar un historial crediticio, lo que a la fecha a resultado en mayor flexibilidad en el manejo financiero de la empresa.

El inicio de la empresa fue con 10 personas laborando en las diversas áreas, contaba con un Director General y Asistente, Gerente de Ventas con Asistente y dos Vendedores a su cargo, un Administrador y el Encargado de Almacén con dos Ayudantes. El día de hoy son 19 elementos los que conforman la empresa, esto derivado del crecimiento de la misma, sobre todo en las áreas de ventas y almacén, éste último cuenta ya con las funciones de distribución.

El mercado nacional ha tenido varios ajustes, derivados principalmente por los aumentos de precio en materia prima, siendo una comercializadora se han tenido que

tomar decisiones estratégicas en la compra del producto, ya que es necesario cumplir con los requerimientos de calidad establecidos, pero sin salir de un precio de mercado que lleve a una disminución en las ventas.

La cartera de clientes ha tenido una tasa de crecimiento del 8% anual, derivado de la implementación de estrategias comerciales de largo plazo, lo que permite crear socios de negocio y no simples compradores esporádicos; lo que obviamente ayuda a tener una mejor planeación en el flujo de la actividad comercial (compra-venta).

Razón Social:

Trade PaperMex, S.A. de C.V.

Domicilio:

Trigo No. 129
Col. Granjas Esmeralda
C.P. 09810, México, D.F.

Instalaciones:

300 mts. Cuadrados de bodega
100 mts. Cuadrados de oficinas

Giro comercial:

Compra venta de artículos de papel y derivados.

Organización general:

Dirección
Administración
Ventas
Almacén

5.1.1 Producto

Descripción Técnica:

Nombre: Hoja Tamaño Carta

Tipo: Papel Bond Blanco

Medida: 11" x 8 ½"

Peso: 75 grs./ m2

Envase: Paquete de papel con 500 hojas

Empaque: Caja de cartón corrugado con 5,000 hojas

5.1.2 Norma Oficial Mexicana (NOM-05-SCFI-1994)

La Norma Mexicana correspondiente a éste producto a sido elaborada por el Comité Técnico Nacional de Normalización de las Artes Gráficas (COTENNAGRAF), en el seno del Instituto Mexicano de Normalización y Certificación, A.C.³⁴, su vigencia fue publicada por la Dirección General de Normas de la SECOFI, en el Diario Oficial de la Federación del jueves 7 de Marzo de 2000.

La presente Norma Mexicana (NMX-AG-001-IMNC-199, Papel bond offset blanco 75 g/m2 en extendido para impresión offset de libros y revistas) es elaborada por un interés compartido de la cadena productiva para establecer especificaciones técnicas claras y precisas, así como diversas recomendaciones técnicas para la adecuada y eficiente utilización del papel bond de 75 g/m2.

Los envases y embalajes que contengan el papel bond offset blanco de 75 g/m2 en extendido, deberán cumplir con lo establecido en la Norma Oficial Mexicana NOM-050-SCFI-1994.³⁵

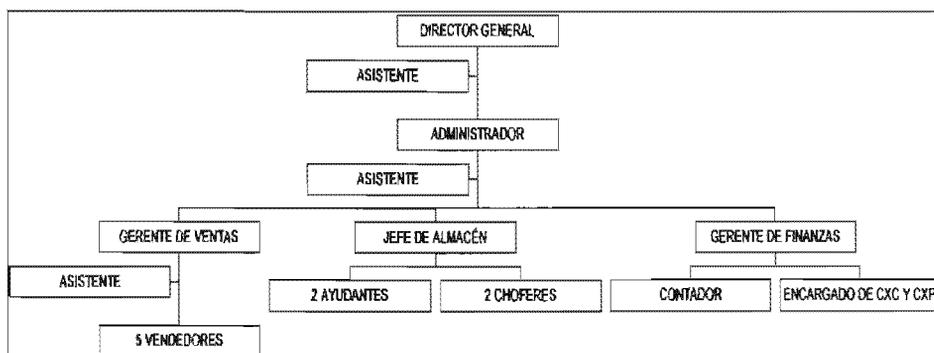
³⁴ La Dirección General de Normas ha otorgado el acreditamiento número 0002/E al Instituto Mexicano de Normalización y Certificación, para elaborar y expedir Normas Mexicanas, con fundamento en los Artículos 39 fracción IV, 65 y 66 de la Ley Federal sobre Metrología y Normalización, y 24 fracción IV del Reglamento Interior de la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial (SECOFI), el campo de las Artes Gráficas, como se indica en el oficio número 4422 de fecha 22 de Abril de 1998, correspondiente.

³⁵ Instituto Mexicano de Normalización y Certificación, A.C., NMX-AG-001-IMNC-199 "Papel bond offset blanco 75 g/m2 en extendido para impresión offset de libros y revistas-Especificaciones", Primera Edición, México, D.F., Mayo 2000.

Concordancia con Normas Internacionales: Al momento de la elaboración de la presente Norma no se tiene equivalencia alguna con Normas Internacionales.³⁶

5.2 Organización Administrativa

Para describir la organización administrativa empezaremos por determinar el organigrama de la compañía, para después desarrollar la descripción de puestos.



Esquema 3

Director General:

Funciones:

- Representación legal
- Autorización de gastos y pago a proveedores
- Determinación de precios de venta
- Autorización de descuentos a instituciones gubernamentales
- Relaciones públicas
- Control de situación financiera

³⁶ Instituto Mexicano de Normalización y Certificación, A.C., NMX-AG-001-IMNC-1999 "Papel bond offset blanco 75 g/m2 en extendido para impresión offset de libros y revistas-Especificaciones", Primera Edición, México, D.F., Mayo 2000.

- Reporte de estado financiero a los accionistas
- Determinación de estrategias de mercado

Administrador:

Funciones:

- Supervisión de las actividades administrativas de la empresa
- Supervisión del cumplimiento legal de las actividades de la empresa
- Supervisión del cumplimiento de las obligaciones fiscales
- Control y evaluación de los proyectos comerciales

Gerente de Ventas:

Funciones:

- Administración de cartera de clientes
- Evaluación de vendedores
- Vigilancia del cumplimiento de cuotas de venta
- Descuentos especiales (hasta cierto porcentaje)
- Representación con clientes importantes
- Soluciones a imprevistos en el proceso de venta

Gerente de Finanzas:

Funciones:

- Elaboración de reportes financieros
- Evaluación e interpretación de los estados financieros
- Control de los flujos de efectivo de la empresa
- Manejo de cuentas de bancos
- Control de pago a proveedores

- Control de cartera de cobranza
- Supervisión del cumplimiento de las obligaciones fiscales

Jefe de Almacén:

Funciones:

- Recepción de mercancía
- Control de salida de mercancía
- Control de inventarios
- Control de costos de distribución

Vendedores

Funciones:

- Representación comercial de la empresa
- Control de ordenes de venta
- Gestoría de cobranza

Ayudante de Almacén:

Funciones:

- Acomodo de mercancía en anaqueles
- Carga de camión repartidor
- Manejo de montacargas
- Apoyo a distribución en ruta

Chofer:

Funciones:

- Manejo de camiones de reparto
- Control de documentos de entrega

Contador:

Funciones:

- Aplicación de movimientos contables
- Captura de la contabilidad
- Aplicación de cobranza
- Generación de estados financieros

Cuentas por pagar y cobrar:

Funciones:

- Recepción de facturas de proveedores
- Elaboración de pago a proveedores semanal
- Administración de cartera de cobranza
- Seguimiento a clientes morosos

Asistente de Dirección General

Funciones:

- Elaboración de reportes
- Atención de llamadas telefónicas
- Manejo de agenda personal y profesional del Director General

Asistente de Gerencia de Ventas

Funciones:

- Elaboración de reportes
- Atención de llamadas telefónicas
- Facturación
- Manejo de agenda del Gerente de Ventas

Asistente del Administrador

Funciones:

- Elaboración de reportes
- Atención de llamadas telefónicas
- Manejo de agenda personal y profesional del Administrador

5.3 Situación Financiera

A continuación presentamos los Estados de Situación Financiera, así como los Estados de Resultados correspondientes al periodo 2000-2004.

TRADE PAPERMEX S.A. de C.V.					
Estado de Situación Financiera al 31 de Diciembre de 2000					
ACTIVO			PASIVO		
Activo circulante			Pasivo circulante		
Caja	15,995.00		Proveedores		\$385,702.00
Bancos	631,318.00		Acreedores diversos		53,967.00
Clientes	616,767.00		Impuestos por pagar		529,576.00
Inventarios	745,031.00		IVA por pagar		<u>282,272.00</u>
Deudores diversos	11,613.00		TOTAL PASIVO		1,251,517.00
Anticipo a proveedores	76,321.00		Capital		
IVA por acreditar	<u>264,870.00</u>	\$2,361,915.00	Capital social		300,000.00
Activo fijo			Reserva legal		15,178.00
Mobiliario y equipo de oficina	101,178.00		Resultado de ejercicios anteriores		731,453.00
Deprec. Acum. de Eq. de oficina	<u>42,959.00</u>	58,219.00	Perdidas y Ganancias 2000		<u>567,234.00</u>
Equipo de Computo	96,518.00				
Deprec. Acum. de Eq. de computo	<u>41,570.00</u>	54,948.00			
Equipo de transporte	417,310.00				
Deprec. Acum. de Eq. de Trans.	<u>164,278.00</u>	253,032.00			
Maquinaria y equipo	24,738.00				
Deprec. Acum. de Máq. y equipo	<u>4,185.00</u>	<u>20,553.00</u>	386,752.00		
Activo diferido					
Anticipo de impuestos	87,399.00				
Pagos anticipados	<u>29,316.00</u>	116,715.00			
TOTAL ACTIVO		<u>\$2,865,382.00</u>	SUMAN PASIVO Y CAPITAL		<u>\$2,865,382.00</u>

TRADE PAPERMEX S.A. de C.V.		
Estado de Resultados al mes de Diciembre de 2000		
Ventas	\$6,450,503.00	
Costo de Ventas	<u>4,031,564.00</u>	
UTILIDAD BRUTA		<u>\$2,418,939.00</u>
Gastos de Administración	1,017,883.00	
Gastos de Ventas	350,522.00	
Gastos y productos financieros	<u>38,236.00</u>	1,406,641.00
UTILIDAD DE OPERACIÓN		<u>1,012,298.00</u>
Otros gastos		0.00
Otros productos		620.00
UTILIDAD DEL EJERCICIO ANTES DE IMPTO.		<u><u>\$1,012,918.00</u></u>
ISR		\$344,392.20
PTU		<u>\$101,291.80</u>
UTILIDAD NETA		<u>\$567,234.00</u>

Tabla 36

TRADE PAPERMEX S.A. de C.V.		
Estado de Resultados al mes de Diciembre de 2001		
Ventas	\$7,611,593.54	
Costo de Ventas	<u>4,757,245.96</u>	
UTILIDAD BRUTA		<u>\$2,854,347.58</u>
Gastos de Administración	1,058,598.32	
Gastos de Ventas	350,522.00	
Gastos y productos financieros	<u>39,765.44</u>	\$ 1,448,885.76
UTILIDAD DE OPERACIÓN		<u>\$ 1,405,461.82</u>
Otros gastos		0.00
Otros productos		715.00
UTILIDAD DEL EJERCICIO ANTES DE IMPTO.		<u>\$ 1,406,176.82</u>
ISR		\$478,100.12
PTU		<u>\$140,617.68</u>
UTILIDAD NETA		<u>\$787,459.02</u>

Tabla 38

TRADE PAPERMEX S.A. de C.V.
Estado de Situación Financiera al 31 de Diciembre de 2002

ACTIVO				PASIVO	
Activo circulante				Pasivo circulante	
Caja	21,138.99			Proveedores	\$874,495.75
Bancos	834,349.87			Acreedores diversos	\$141,630.99
Clientes	815,119.27			Impuestos por pagar	109,604.27
Inventarios	984,632.97			IVA por pagar	<u>244,928.26</u>
Deudores diversos	6,532.31			TOTAL PASIVO	1,370,659.27
Anticipo a proveedores	12,211.36			Capital	
IVA por acreditar	259,524.59	\$2,933,509.36		Capital social	300,000.00
Activo fijo				Reserva legal	38,420.00
Mobiliario y equipo de oficina	101,178.00			Resultado de ejercicios anteriores	<u>645,213.97</u>
Deprec. Acum. de Eq. de oficina	<u>54,020.61</u>	47,157.39		Perdidas y Ganancias 2002	<u>963,286.83</u>
Equipo de Computo	96,518.00				
Deprec. Acum. de Eq. de computo	<u>69,593.48</u>	26,924.52			
Equipo de transporte	417,310.00				
Deprec. Acum. de Eq. de Trans.	<u>274,979.50</u>	142,330.50			
Maquinaria y equipo	24,738.00				
Deprec. Acum. de Máq. y equipo	<u>8,090.07</u>	<u>16,647.93</u>	233,060.34		
Activo diferido					
Anticipo de impuestos	121,694.37				
Pagos anticipados	<u>29,316.00</u>	151,010.37			
TOTAL ACTIVO		<u>\$3,317,580.07</u>		SUMAN PASIVO Y CAPITAL	<u>\$3,317,580.07</u>

TRADE PAPERMEX S.A. de C.V.		
Estado de Resultados al mes de Diciembre de 2002		
Ventas	\$8,448,868.83	
Costo de Ventas	<u>5,280,543.02</u>	
UTILIDAD BRUTA		<u>\$3,168,325.81</u>
Gastos de Administración	1,058,598.32	
Gastos de Ventas	350,522.00	
Gastos y productos financieros	<u>39,765.44</u>	\$ 1,448,885.76
UTILIDAD DE OPERACIÓN		<u>\$ 1,719,440.05</u>
Otros gastos		0.00
Otros productos		715.00
UTILIDAD DEL EJERCICIO ANTES DE IMPTO.		<u>\$ 1,720,155.05</u>
ISR		\$584,852.72
PTU		<u>\$172,015.51</u>
UTILIDAD NETA		<u>\$963,286.83</u>

Tabla 40

TRADE PAPERMEX S.A. de C.V.
Estado de Situación Financiera al 31 de Diciembre de 2003

ACTIVO				PASIVO	
Activo circulante				Pasivo circulante	
Caja		22,830.11		Proveedores	\$930,305.39
Bancos		901,097.86		Acreedores diversos	\$229,442.21
Clientes		880,328.81		Impuestos por pagar	116,180.52
Inventarios		1,063,403.61		IVA por pagar	<u>262,073.24</u>
Deudores diversos		4,899.23		TOTAL PASIVO	1,538,001.37
Anticipo a proveedores		4,884.54		Capital	
IVA por acreditar		273,019.87	\$3,150,464.03	Capital social	300,000.00
Activo fijo				Reserva legal	38,420.00
Mobiliario y equipo de oficina	101,178.00			Resultado de ejercicios anteriores	<u>524,750.03</u>
Deprec. Acum. de Eq. de oficina	<u>58,736.35</u>	42,441.65		Perdidas y Ganancias 2003	<u>1,105,227.82</u>
Equipo de Computo	96,518.00				
Deprec. Acum. de Eq. de computo	<u>77,670.84</u>	18,847.16			
Equipo de transporte	417,310.00				
Deprec. Acum. de Eq. de Trans.	<u>310,562.13</u>	106,747.88			
Maquinaria y equipo	24,738.00				
Deprec. Acum. de Máq. y equipo	<u>9,754.86</u>	<u>14,983.14</u>	183,019.83		
Activo diferido					
Anticipo de impuestos		143,599.35			
Pagos anticipados		<u>29,316.00</u>	172,915.35		
TOTAL ACTIVO			<u>\$3,506,399.22</u>	SUMAN PASIVO Y CAPITAL	<u>\$3,506,399.22</u>

TRADE PAPERMEX S.A. de C.V.		
Estado de Resultados al mes de Diciembre de 2003		
Ventas	\$9,124,778.34	
Costo de Ventas	<u>5,702,986.46</u>	
UTILIDAD BRUTA		<u>\$3,421,791.88</u>
Gastos de Administración	1,058,598.32	
Gastos de Ventas	350,522.00	
Gastos y productos financieros	<u>39,765.44</u>	\$ 1,448,885.76
UTILIDAD DE OPERACIÓN		<u>\$ 1,972,906.12</u>
Otros gastos		0.00
Otros productos		715.00
UTILIDAD DEL EJERCICIO ANTES DE IMPTO.		<u>\$ 1,973,621.12</u>
ISR		\$671,031.18
PTU		<u>\$197,362.11</u>
UTILIDAD NETA		<u>\$1,105,227.82</u>

Tabla 42

TRADE PAPERMEX S.A. de C.V.
Estado de Situación Financiera al 31 de Diciembre de 2004

ACTIVO				PASIVO	
Activo circulante				Pasivo circulante	
Caja	23,743.32			Proveedores	\$1,149,178.92
Bancos	937,141.77			Acreedores diversos	\$142,254.17
Clientes	915,541.96			Impuestos por pagar	123,151.35
Inventarios	1,105,939.75			IVA por pagar	<u>280,418.37</u>
Deudores diversos	3,674.43			TOTAL PASIVO	1,695,002.81
Anticipo a proveedores	1,953.82			Capital	
IVA por acreditar	287,216.90	\$3,275,211.95		Capital social	300,000.00
Activo fijo				Reserva legal	38,420.00
Mobiliario y equipo de oficina	101,178.00			Resultado de ejercicios anteriores	<u>403,612.65</u>
Deprec. Acum. de Eq. de oficina	<u>62,980.51</u>	38,197.49		Perdidas y Ganancias 2004	<u>1,181,875.96</u>
Equipo de Computo	96,518.00				
Deprec. Acum. de Eq. de computo	<u>83,324.99</u>	13,193.01			
Equipo de transporte	417,310.00				
Deprec. Acum. de Eq. de Trans.	<u>337,249.09</u>	80,060.91			
Maquinaria y equipo	24,738.00				
Deprec. Acum. de Máq. y equipo	<u>11,253.18</u>	<u>13,484.82</u>	144,936.23		
Activo diferido					
Anticipo de impuestos	169,447.24				
Pagos anticipados	<u>29,316.00</u>	198,763.24			
TOTAL ACTIVO		<u>\$3,618,911.42</u>		SUMAN PASIVO Y CAPITAL	<u>\$3,618,911.42</u>

TRADE PAPERMEX S.A. de C.V.		
Estado de Resultados al mes de Diciembre de 2004		
Ventas	\$9,489,769.47	
Costo de Ventas	<u>5,931,105.92</u>	
UTILIDAD BRUTA		<u>\$3,558,663.55</u>
Gastos de Administración	1,058,598.32	
Gastos de Ventas	350,522.00	
Gastos y productos financieros	<u>39,765.44</u>	\$ 1,448,885.76
UTILIDAD DE OPERACIÓN		<u>\$ 2,109,777.79</u>
Otros gastos		0.00
Otros productos		715.00
UTILIDAD DEL EJERCICIO ANTES DE IMPTO.		<u>\$ 2,110,492.79</u>
ISR		\$717,567.55
PTU		<u>\$211,049.28</u>
UTILIDAD NETA		<u>\$1,181,875.96</u>

Tabla 44

A continuación presentamos el análisis financiero correspondiente al ejercicio 2004.

TRADE PAPERMEX S.A. de C.V.
Análisis Financiero del Ejercicio 2004.
(A través de razones financieras)

ANALISIS DE SOLVENCIA:

Solvencia Inmediata o Prueba de Ácido

$$\text{Activo disponible / Pasivo Circulante} = 960,885.09 / 1,695,002.81 = 0.56$$

Fundamento: Ésta razón parte de la base de que en un momento dado, únicamente los valores disponibles del activo circulante estarán afectos al cumplimiento inmediato de las obligaciones a corto plazo.

Interpretación: Una proporción a 1 significaría un exceso de efectivo que siempre será perjudicial, por lo que podría ser apropiado un resultado de 0.30 a 0.70 por 1, por lo que respecta a la empresa Trade PaperMex S. A de C. V. el cociente de 0.56 tiene una situación atractiva de solvencia y podría en éste caso contraer compromisos a corto plazo sin poner en riesgo la operatividad de la empresa.

Solvencia Circulante

$$\text{Activo Circulante / Pasivo Circulante} = 3,275,211.95 / 1,695,001.81 = 1.93$$

Fundamento: Ésta razón considera una situación menos rigorista que la anterior, y se fundamenta en que las deudas a corto plazo están garantizadas con los valores del activo circulante, ya que serán estos últimos las fuentes a las que se acuda para el pago de deudas próximas a vencer.

Interpretación: Puede juzgarse adecuada una proporción de 1.3 a 2 por 1, por lo que la empresa Trade PaperMex S. A de C. V. le corresponde una situación aceptable y por lo tanto se puede deducir que no existe una sobre inversión en cuentas por cobrar e inventarios de la empresa.

ANÁLISIS DE ESTABILIDAD

Origen de Capital

Pasivo total / Capital Contable = $1,695,001.81 / 1,923,908.61 = 0.88$

Fundamento: Ésta razón se apoya en que los medios de acción de una empresa tienen su origen principalmente en:

Recursos provenientes de sus dueños

Recursos provenientes de personas ajenas

Por lo tanto para asegurar el desarrollo, normal de las actividades en el futuro, será necesario conocer la proporción en que se encuentra el capital entre estas dos fuentes de recursos.

Interpretación: Parece conveniente aceptar una proporción de a 1 a 1 entre el capital propio y el ajeno, en el caso de la empresa Trade PaperMex S. A de C. V. el cociente de 0.46 significa que por cada peso de los propietarios hay 88 centavos de fuentes ajenas, por lo que se deduce que esta proporción no afecta el desarrollo futuro de las actividades de la empresa.

Inversión de Capital

Activo fijo / Capital contable = $144,936.23 / 1,923,908.61 = 0.07$

Fundamento : Ésta razón marca lógicamente que existe una relación entre las inversiones permanentes que muestra el balance y el capital propio, independientemente de que parte del activo fijo también se encuentre financiado por capital ajeno a largo plazo.

Interpretación: Resulta muy aventurado el establecer una proporción generalizada, y respetando el tipo de empresa de que se trate puede decirse que cuando ésta se encuentra en sus inicios la parte de su capital que destina a las inversiones fijas podría ser de 0.40 a 0.70 por 1 (o sea de 40 a 70% de su capital), dejando el resto para invertirlo en otros valores del circulante. En cambio cuando el negocio tiene algunos años de existencia y principalmente ya ha recuperado la mayor parte de sus inversiones (por la depreciación) el resultado es menor de 0.40.

En el caso de la empresa Trade PaperMex S. A de C. V. el cociente de 0.07 expresa que solo un 7% (7 centavos de cada peso de su capital está invertido en Activo Fijo), el cual resulta muy reducido, pero entendible ya que la empresa es una comercializadora y como tal, gran parte de los artículos que realiza los adquiere ya manufacturados.

Grado de inversión en bienes y derechos

$$\text{Pasivo total / activo total} = 1,695,001.81 / 3,618,911.42 = 0.46$$

Fundamento: Ésta razón nos indica la fuerza que guarda el capital propio y el ajeno invertido en la empresa.

Interpretación: el cociente de 0.46 nos indica que cada peso del activo tiene una deuda de 46 centavos, conservando el negocio un margen de 54 centavos lo que representa una seguridad tanto de desarrollo como crediticia.

Valor Contable del Capital

$$\text{Capital Contable} / \text{Capital Social} = 1,923,908.61 / 300,000.00 = 6.41$$

Fundamento: Ésta razón muestra el resultado del desarrollo de la empresa, señalando al mismo tiempo la verdadera inversión del capital propio, y proporciona una idea sobre las políticas de reinversión o distribución de las utilidades. También da a conocer el valor de las acciones y el rendimiento del capital social.

Interpretación: el cociente 6.41 indica que por cada peso de capital invertido inicialmente, actualmente se tienen 5 pesos con 41 centavos más.

ANÁLISIS DE PRODUCTIVIDAD O REDITUABILIDAD

Estudios de las ventas:

$$\text{Ventas Netas} / \text{Capital Contable} = 9,489,769.47 / 1,923,908.61 = 4.93$$

Fundamento: Considerando que la productividad de una empresa depende o se logra con las ventas, resulta entonces lógico que para el análisis de las misma, se tome en consideración como primer paso el renglón de las ventas. También resulta práctico suponer que debe existir una relación directa entre las ventas y el capital contable o capital propio.

Interpretación: el cociente de 4.93 indica que por cada peso invertido de capital propio se han logrado 4 pesos con 93 centavos de ventas netas

ESTUDIO DE LA UTILIDAD

Tasa de Rendimiento :

$$\text{Utilidad Neta} / \text{Capital contable} = 1,181,875.96 / 1,923,908.61 = 0.61$$

Margen de Utilidad sobre Ventas:

$$\text{Utilidad Neta} / \text{Ventas Totales} = 1,181,875.96 / 9,489,769.47 = \mathbf{0.12}$$

Fundamento: el objetivo principal que persigue una empresa es obtener utilidades, y la continuidad de la misma depende de ello, pues el ánimo que mueve al empresario para establecer un negocio es lograr ganancias proporcionales a las inversiones; mientras mayores sean estas mejor será su productividad.

Interpretación: En lo que respecta a la tasa de rendimiento el cociente de 0.61 indica que de cada peso de capital propio se obtienen 61 centavos de rendimiento.

En cuanto al margen de utilidad sobre ventas el cociente de 0.12 indica que por cada peso de venta neta, únicamente se obtienen ganancias por 12 centavos.

CAPITAL DE TRABAJO

$$\text{Activo circulante-Pasivo circulante} = 3,275,211.95 - 1,695,001.81 = \mathbf{1,580,210.14}$$

Interpretación: Representa el monto de los recursos que la empresa tienen destinado a cubrir las erogaciones necesarias para su operación.

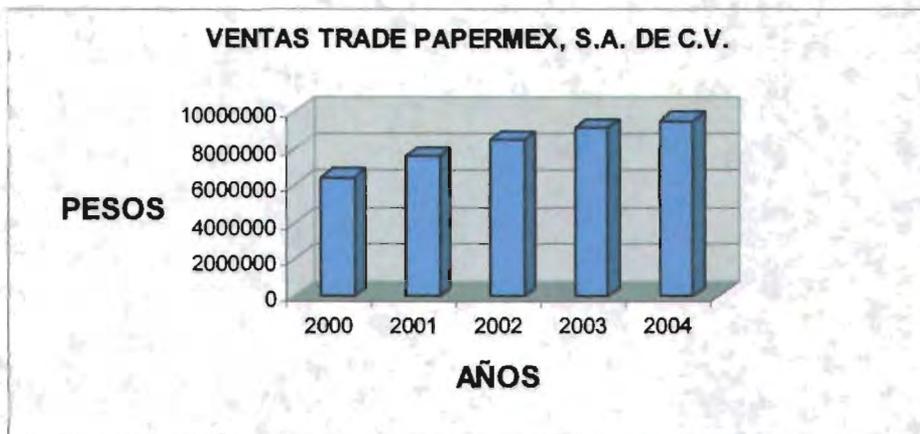
5.4 Análisis de Ventas

A continuación se presenta el desarrollo de las ventas en el periodo de vida de la empresa:

AÑO	VENTAS PESOS \$	% VARIACIÓN
2000	6,450,503.00	
2001	7,611,593.54	18
2002	8,448,868.83	11
2003	9,124,778.34	8
2004	9,489,769.47	4

Fuente: Tabla de elaboración propia

Tabla: 45



Fuente: Gráfica de elaboración propia

Gráfica 14

Como se puede observar se ha tenido un crecimiento sostenido en el tiempo de actividad de la empresa. Lo cual permite explorar nuevos mercados.

Para complementar el anterior análisis de ventas, presentaremos el punto de equilibrio de la empresa:

**TRADE PAPERMEX S.A. DE C.V.
DETERMINACIÓN DEL PUNTO DE EQUILIBRIO**

CONCEPTO	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES
sueldos de empleados	\$741,018.82	
depreciaciones y amortizaciones	\$494,807.77	
Renta de Local Comercial y Oficinas	\$20,000.00	
costo de Venta del Producto		\$5,931,105.92
Mano de Obra Directa, Energía Eléctrica y Gastos de Ventas		\$350,522.00
TOTALES	\$1,255,826.59	\$6,281,627.92

Tabla 46

FORMULA DEL PUNTO DE EQUILIBRIO

$$V = CF + CV$$

$$V = \$9,489,764.47$$

$$CF = \$1,255,826.59$$

$$CV = \$6,281,627.92$$

Sustituyendo :

V = Punto de Equilibrio

V = CF + CV

V = \$1,255,826.59 + \$6,281,627.92

V = \$7,537,454.51

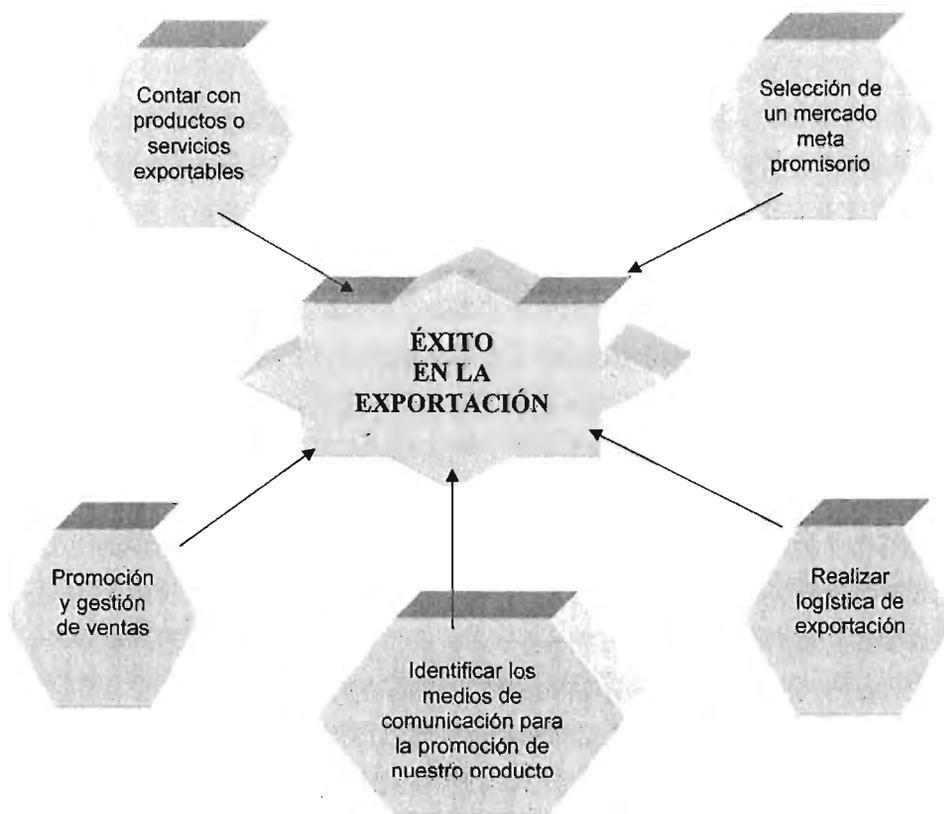
PUNTO DE EQUILIBRIO = \$7,537,454.51

5.5 Plan de Exportación

5.5.1 Concepto y Estructura

“El plan de exportación es el documento que guía el esfuerzo exportador de cualquier empresa, le dice hacia donde debe ir y cómo llegar al mercado internacional. El plan de exportación, es el plan de mercadotecnia aplicado a diversos y específicos mercados en el exterior, los cuales son necesarios diferenciar ya que las condiciones del mercado internacional suelen ser muy diversas y diferentes en cuanto al aspecto como los canales de distribución, y el perfil, usos y costumbres de los consumidores a lo cual se suman las diversas complicaciones que imponen las barreras arancelarias, no arancelarias, tramitación aduanal, transporte, embalaje, contratación, medios de pago internacionales, y las ventajas y restricciones que surgen de la existencia de acuerdos comerciales bilaterales y multilaterales”.³⁷

El capitulado o contenido documental del plan de exportación puede ser muy variado, y responde a las necesidades específicas de cada empresa y del estilo y la forma en que acostumbre presentarlo, quien lo desarrolla.



Factores para el éxito en la exportación

Esquema 4

5.5.2 Modelo de Análisis Estratégico FODA

Para lograr que la empresa Trade PaperMex, S.A. de C.V. se convierta en un exportador sólido y exitoso, es necesario realizar un análisis estratégico de la misma, para posteriormente estar en condiciones de definir una estrategia exportadora. Un método para realizar éste análisis es sin duda el modelo de fortalezas y debilidades, así como las amenazas y oportunidades del entorno (FODA o SWOT por sus siglas en inglés).

³⁷ Lerma Kirchner Alejandro, Comercio y Mercadotecnia Internacional (Metodología para la formulación de

ANÁLISIS FODA

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> ↓ Funcionalidad de la organización, ya que se trata de una empresa comercializadora con poco personal, lo que la hace flexible. ↓ Estabilidad financiera. ↓ Bajos costos de operación. ↓ Capacidad instalada ↓ Respaldo crediticio con Proveedores. 	<ul style="list-style-type: none"> ↓ No contar específicamente con un departamento de exportaciones. ↓ Mínima elasticidad en el aumento de sueldos y salarios. ↓ No contar con tecnología de punta y asesoría especializada.
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> ↓ Acceso a créditos por tener estabilidad financiera. ↓ Diversificación de mercados. ↓ comercialización de nuevos productos. ↓ Aumento de la cartera de clientes por recomendación. 	<ul style="list-style-type: none"> ↓ Falta de promoción internacional. ↓ Limitaciones en el ofrecimiento del crédito comercial. ↓ Imagen de la empresa.

Tabla 47

En base al análisis presentado, podemos determinar que la empresa tiene las condiciones necesarias para exportar.

5.5.3 Oferta Exportable

Actualmente el nivel anual de ventas es de 29,655 unidades³⁸, es decir, 148,275 millares de hojas. Y de acuerdo con la información de los niveles de importación del mercado meta y la negociación con nuestro primer cliente

potencial estamos en condiciones de exportar un 20% del volumen de ventas anual actual, lo que significa:

5,931 unidades listas para exportar

Esto como el inicio en nuestra incursión en el mercado guatemalteco.

Lo anterior significa una mayor inversión anual por parte de los accionistas y un incremento en el volumen de almacenamiento, para tener los recursos en el tiempo correcto. Para lo cual ya se han tomado las acciones necesarias.

5.5.4 El Mercado Meta (Guatemala)

La determinación del mercado meta se llevó a cabo después de la evaluación de las diversas opciones; y tomando como primer variable todos aquellos países con los que se cuenta con un Tratado Comercial para poder obtener los beneficios que del mismo emanan. Como segundo punto el conocimiento de la importación de nuestro tipo de producto por parte de los países seleccionados; posteriormente las diferencias en las condiciones de las economías nacionales. Estos factores fueron los más importantes para elegir a Guatemala como mercado meta, además de los siguientes:

- Cercanía geográfica.
- Ventaja arancelaria.
- Idioma.
- Afinidad cultural

Si bien sabemos que Guatemala es un país de los llamados tercermundistas, y que derivado de ello su población es mayoritariamente rural y que no cuenta con un gran desarrollo en el aspecto de medios de comunicación (Carreteras pavimentadas, transportación eficiente, etc.), la naturaleza de nuestro

³⁸ Unidad: Caja de 5 millares de hojas.

producto nos permite observar un mercado en el cual existen posibilidades de negocio de largo plazo. Por lo que a continuación presentamos un cuadro de las importaciones de Guatemala de los últimos cuatro años, los que nos sirven de base para estimar la demanda posible del mercado de papel en los próximos cinco años.

**Importaciones de la Industria Manufacturera
(Papel y Cartón)**

Cifras CIF en Dólares

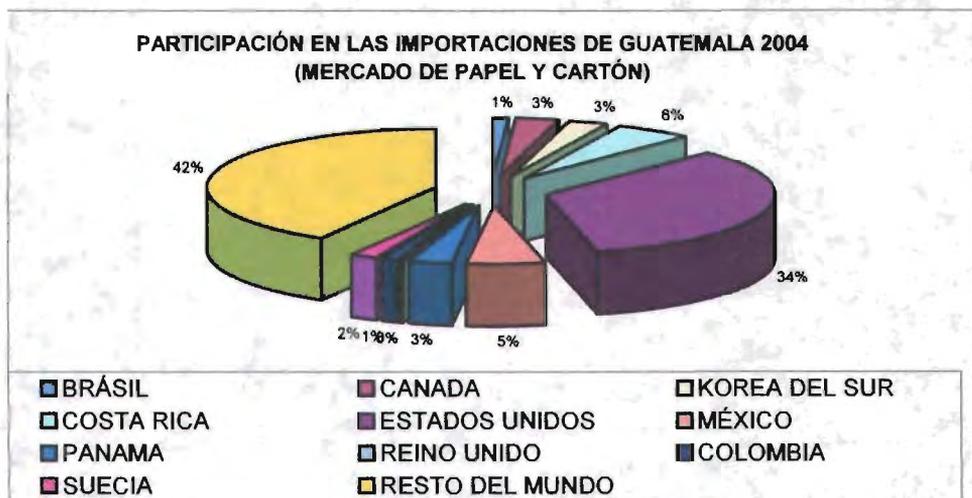
PAÍS / VENDEDOR	2001	2002	2003	2004
BRÁSIL	\$3,364,640.44	\$3,530,326.35	\$3,704,018.39	\$3,886,256.00
CANADA	\$9,177,259.18	\$9,629,177.46	\$10,102,932.97	\$10,599,997.00
KOREA DEL SUR	\$7,893,892.40	\$8,282,613.50	\$8,690,118.06	\$9,107,567.00
COSTA RICA	\$17,198,480.40	\$18,045,389.87	\$18,933,223.00	\$19,870,585.00
ESTADOS UNIDOS	\$101,810,201.60	\$106,839,501.39	\$112,096,004.56	\$117,611,125.00
MÉXICO	\$16,358,066.00	\$17,169,821.17	\$18,014,576.33	\$18,900,893.00
PANAMA	\$9,034,454.80	\$9,467,409.05	\$9,933,205.55	\$10,421,919.00
REINO UNIDO	\$1,290,636.40	\$1,339,528.88	\$1,405,433.70	\$1,474,581.00
COLOMBIA	\$2,821,391.20	\$2,960,937.48	\$3,106,615.60	\$3,259,461.00
SUECIA	\$6,333,122.80	\$6,655,433.17	\$6,982,880.47	\$7,326,438.00
RESTO DEL MUNDO	\$124,865,854.78	\$131,008,131.66	\$137,453,731.37	\$144,220,708.00
TOTAL	\$300,148,000.00	\$314,928,270.00	\$330,422,740.00	\$346,679,530.00

Fuente: Banco de Guatemala, Departamento de Estadísticas Cambiarias, Sección de Estadísticas Cambiarias, Declaraciones y Formularios Aduaneros

Tabla 48

En consecuencia de la tabla anterior, presentamos el siguiente gráfico del año 2004 para observar de manera más sencilla la participación en el mercado guatemalteco por país exportador.

Gráfica 15



Fuente: Banco de Guatemala, Departamento de Estadísticas Cambiarias, Sección de Estadísticas Cambiarias, Declaraciones y Formularios Aduaneros

Por lo que podemos estimar que la demanda esperada para los siguientes cinco años será de:

IMPORTACIONES DE LA INDUSTRIA MANUFACTURERA (ESTIMACIONES)	
AÑO	PAPEL Y CARTON CIFRAS EN DOLARES
2005	\$367,355,794.80
2006	\$385,080,258.72
2007	\$402,804,722.64
2008	\$420,529,186.56
2009	\$438,253,650.48

Fuente: Elaboración propia, a través del método por mínimos cuadrados.

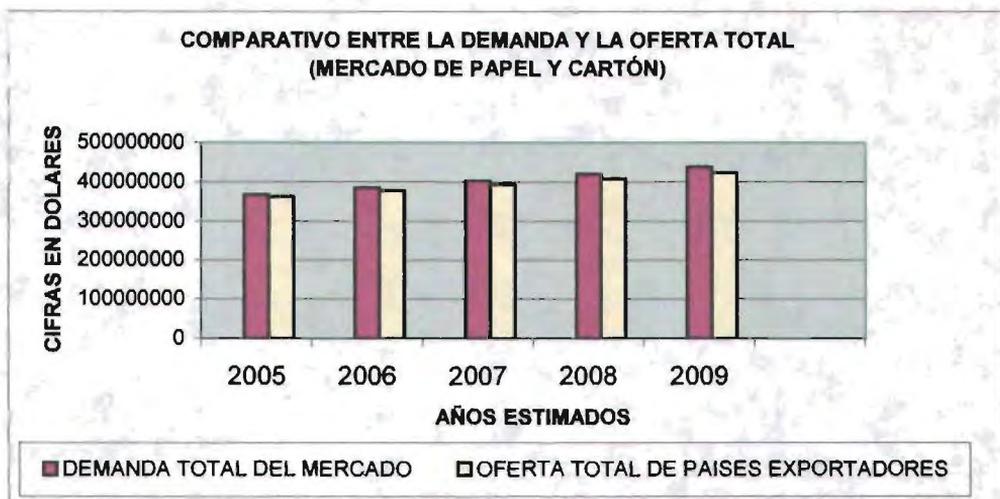
Tabla 49

Para complementar el cuadro anterior, a continuación incluiremos los datos de la oferta exportable.

ESTIMACION DE LA DEMANDA INSATISFECHA (MERCADO DE PAPEL Y CARTÓN) CIFRAS EN DOLARES			
AÑO	DEMANDA TOTAL DEL MERCADO	OFERTA TOTAL DE PAISES EXPORTADORES	DIFERENCIA
2005	\$367,355,794.80	\$361,829,284.96	\$5,526,509.84
2006	\$385,080,258.72	\$377,351,615.09	\$7,728,643.63
2007	\$402,804,722.64	\$392,860,775.59	\$9,943,947.05
2008	\$420,529,186.56	\$408,378,685.78	\$12,150,500.78
2009	\$438,253,650.48	\$423,937,364.56	\$14,316,285.92

Fuente: Elaboración propia, a través del método por mínimos cuadrados.

Tabla 50



Fuente: Elaboración propia, a través del método por mínimos cuadrados.

Gráfica 16

Por lo que logramos determinar que existirá una demanda insatisfecha en el mercado de papel guatemalteco, ya que de acuerdo a los datos obtenidos hasta el año 2004, la tendencia de crecimiento en la demanda será mayor que la de la oferta exportable. Esto determinado obviamente con las limitantes para lograr controlar las variables de la naturaleza propia de los mercados internacionales y las diversas economías.

DEMANDA INSATISFECHA (MERCADO DE PAPEL Y CARTÓN)	
AÑO	CIFRAS EN DOLARES
2005	\$5,526,509.84
2006	\$7,728,643.63
2007	\$9,943,947.05
2008	\$12,150,500.78
2009	\$14,316,285.92

Fuente: Elaboración propia, a través del método por mínimos cuadrados.

Tabla 51



Fuente: Elaboración propia, a través del método por mínimos cuadrados.

Gráfica 17

De acuerdo a lo anterior, ésta demanda insatisfecha se presenta como una oportunidad más para ingresar al mercado de papel de Guatemala. Lo cual no significa que nos encontremos en la posición de esperar que ésta sea la única variable que nos permita consolidarnos como exportadores en dicho país, ya que únicamente forma parte de la perspectiva de oferta y demanda; sabemos que es necesario realizar un sinnúmero de acciones más para tener la certeza de que el proyecto se realice con éxito, pues debemos llevar a cabo el desarrollo de las variables de la mezcla de mercadotecnia.

5.5.5 Canales de Distribución

De acuerdo a la posición geográfica que México tiene con Guatemala, así como las condiciones de infraestructura que existen en nuestro país para la transportación del producto y aunado al tipo de mercado al cual nos dirigimos, hemos determinado que el canal más apropiado para la comercialización sea un distribuidor mayorista el cual se menciona a continuación:

Comercial Papelera Guatemalteca, S.A.
 Km. 13.5 Carretera al Atlántico Z-17 Guatemala
 Tels.: 2255-4726 y 2255 4735, Fax: 2255-5203
 Email: copacsa@intelnet.net.gt
 At'n.: Edín Eliud Beza

Éste canal tiene el 28% del mercado local³⁹, por lo que se ha considerado que tiene las fortalezas y recursos necesarios para coadyuvar a nuestra pronta penetración y consolidación en el mercado guatemalteco.

el cual hará llegar el producto al consumidor final a través de las empresas que a continuación se presentan:

Nombre de LA Empresa	Representante	Dirección	Teléfonos
Librería, Papelería e Imprenta Molino	Oscar Asturias may	5 Av. 12-23 Z 1 Guatemala	22512887
La Fragua	José Carlos Paiz Riera	12 Calle 1-28 Z 9 Guatemala	23323666
Librería Y Papelería Progreso, S.A.	Juan Orero García	5 Av. 16-42 Z 1 Guatemala	22208922
Arimany Barrull & Cia. Ltda.	Juan Arimany Barrull	6 Av. 15-51 Z 1 Guatemala	22380807
Librería e imprenta Vivian, S. A.	José Manuel Marroquín	9 Calle 12-37 Z 1 Guatemala	22517326
Librería San Carlos	Jaime Francisco Cienfuegos	10 Calle 3-55 Z 1 Guatemala	22326860
Alfa Beta, S.A.	Rubí González	7 Av. 4-51 Z 1 Guatemala	22323051
Distribuidora Arriola	Carlos Alberto Arriola R.	16 Calle 3-56 Z 1 Guatemala	22327568
Distribuidora Amazonas, S. A.	Salvador Ricardo Amato	6 Calle 1-60 Z 1 Guatemala	22513556
PAMASA	Humberto Vázquez	Mateo Flores 34 Z 7 Guatemala	24322130
Librería Márquense	Gustavo Ardiano	8 Av. 19-55 Z 1 Guatemala	22536302
Papelería Grafos	Rubén Amílcar Burgos	14 Av. 3-25 Z 14 Guatemala	23333996
Papelería y Librería Copy-Arte	Claudia Lorena Ramírez	Petapa Z 12 Gran Portal	24603187
Papelera Luz, S.A.	Victor Manuel Pérez	13 Av. 13-30 Z 1 Guatemala	22304194

Fuente: pag. Web www.negociosen Guatemala.com/comercioexterno

Tabla 52

³⁹ Página web: negociosen Guatemala.com.gt

5.5.6 Logística de Exportación

Transporte

El medio de transporte será terrestre para lo cual se utilizarán los servicios de la empresa Transportistas Unidos de Morelos, S.A. de C.V., misma que nos ha informado un tiempo de entrega en la aduana de Tapachula de 60 hrs.

Envase

Tipo de envase: Papel bond blanco

Forma del envase: Paquete rectangular de papel con 500 hojas

Dimensiones:

- Peso: 3 kgs.
- Color: Blanco

Empaque:

Tipo de empaque: Caja de cartón corrugado de 10 puntos.

Ya que éste material no constituye una barrera en el país de destino y el costo del mismo es bajo, lo que permite que no se encarezca el precio del producto. Y además, es un material reciclable y biodegradable, protegiendo de ésta manera a la ecología del mercado meta.

Forma del empaque: Rectangular que contendrá 5 millares.

Dimensiones:

- Peso: 15 kgs.
- Color: Blanco
- Textura: Lisa

Costo del empaque: \$ 9.60

Rotulado del envase y empaque:

Estará impresa en color azul en el envase y en el empaque, en donde aparecerá la marca, datos de nuestra empresa y especificaciones de nuestro producto, así como la leyenda de marcado de país de origen (México).

Embalaje: 18 Cajas por tarima.

Tipo: madera

Forma: cuadrada

Peso: 18 Kgs. Palet

Costo: \$ 9.00

5.5.7 Precio de Exportación y los INCOTERMS

Uno de los principales factores que inciden para poder conquistar el mercado meta, es la fijación del precio de exportación, que en nuestro caso lo calcularemos utilizando el método del costo directo, el cual dependerá directamente de nuestro precio base el cual es el que tenemos en el mercado interno, posteriormente cargaremos al precio los gastos derivados de los fletes, seguros y los efectuados por los tramites aduaneros para exportación, los cuales tendrán una correspondencia con el INCOTERM DDU (delivered duty unpaid) la mercancía es entregada en el lugar convenido del país de importación sin los tramites aduaneros para la importación.

De acuerdo a lo anterior el precio unitario de exportación quedará como lo muestra el siguiente calculo:

(Ver siguiente página)

Costo por caja	\$200.00
Precio base (mercado interno)	\$320.00
(+) Arancel ⁴⁰	\$00.00
(+) Gasto de flete por caja	\$30.00
(+) Gasto de Seguro por caja	\$8.00
(+) Gastos por tramites aduaneros	\$8.20
Precio de exportación	\$366.00

Tabla 53

5.5.8 Estrategia de Mercadotecnia

La estrategia de mercadotecnia está compuesta por lo que es conocido como la mezcla de marketing, la cual se compone de cuatro puntos (conocidos también como las cuatro P's), los cuales son:

- Producto
- Plaza
- Precio
- Promoción

A continuación detallaremos cada uno de estos puntos.

Producto

Como hemos mencionado al principio de éste capítulo nuestro producto son hojas de papel bond de 75 grs. tamaño carta, en un envase de 500 hojas y empaque de 5 millares (10 paquetes de 500 hojas).

Las características que se establecen para dicho producto son las siguientes:

Calidad: Ésta es creada desde el tipo de materia prima utilizada y el proceso de elaboración del producto, nosotros como comercializadores estamos en constante observación de éste rubro por parte de nuestros proveedores. La parte de calidad en nuestro proceso de venta, parte desde el momento de recibir la orden de compra del cliente, es decir, el flujo que sigue su pedido desde el momento de crear una orden de surtido y vigilar que se cumplan los compromisos adquiridos para la entrega en tiempo y forma.

Envase y empaque: El diseño de estos elementos es importante para crear las sensaciones deseadas en nuestro mercado meta, pero siendo un producto de consumo masivo y al cual primordialmente se establece el precio como variable más representativa en la decisión de compra, sabemos que debemos cumplir con éstas de forma básica, lo cual no nos hace de lado para lograr los objetivos primigenios que deben cumplir.

Envase: Éste se compone de papel bond impreso con el logotipo de TradePaper Mex, el cual se muestra a continuación:



Además aparecen las características y propiedades del producto.

¹ Fracción Arancelaria: 4802.56. Descripción: De peso superior o igual a 40 g/m² pero inferior o igual a 150 g/m², en hojas en las que un lado sea inferior o igual a 435 mm y el otro sea inferior o igual a 297 mm, medidos sin plegar. DAI % sobre valor CIF: 0. Fuente: pág. Web www.mineco.gob.gt

Empaque: El empaque es de cartón corrugado de alta resistencia, impreso con el logotipo y datos del producto (Incluyendo contenido), así como razón social y datos generales de la empresa. Se muestra a continuación un ejemplo del mismo:



Etiqueta: Ésta no existe como tal físicamente, es decir, irá impresa en el envase, los datos son los siguientes:

216 X 279 mm. * 75 grs. * Blanco * 500 hojas
 Alta Blancura * Copiado de Alta Velocidad
 Impresión Láser y Fax
 Sentido de Fabricación * Imprima éste lado primero

HECHO EN MÉXICO por TRADEPAPER MEX, S.A. de C.V.

Diferenciación: Las características de diferenciación que tiene nuestro producto ya las hemos mencionado en la etiqueta, pero se enuncian a continuación:

- Alta Blancura
- Copiado de Alta Velocidad
- Impresión Láser y Fax

Plaza

Segmento del mercado: El producto de acuerdo a su naturaleza es de consumo masivo, pero aún así, se logra segmentar de acuerdo a los niveles de consumo que tienen los diferentes grupos, por lo que mencionaremos los tres más importantes:

- Empresas
- Gobierno
- Educación

A diferencia de otros productos que cuentan con un target específico, aquí no se hace necesario delimitar características de edad o estrato social, etc.

Si bien, se hace útil determinar ésta segmentación, debemos aclarar que nuestro segmento de mercado son las empresas guatemaltecas mayoristas de papel.

Selección del canal de distribución: Como ya hemos mencionado de forma más extensa en el punto 5.5.5, se determinó que el canal más apropiado para la comercialización sea un distribuidor mayorista el cual se menciona a continuación: Comercial Papelera Guatemalteca, S.A.

Apoyo técnico al distribuidor: Nuestro producto es un bien que no requiere de instructivos o disposiciones específicas para su utilización, ya que estamos hablando de papel y por su característica básica no requiere de mayor instrucción técnica que las obvias como son humedad y temperatura en los equipos que se utilice (si así se requiere).

Política de distribución: Ya hemos mencionado que la distribución se llevará a cabo por un mayorista único, por lo cual nuestras políticas de distribución no irán más allá de la determinación principal que será la de "No poder vender a otra empresa dentro de los límites territoriales de Guatemala", lo que deja por sentado que se trata de una política de distribución exclusiva.

Precio

Precio base:	\$ 320.00
Precio según INCOTERM:	\$ 366.00
Precio según país importador:	\$ 366.00

Tabla 54

Política de precios: Distribuidor único

Promoción

Si bien la promoción se entiende como el hecho de publicitar el producto, debemos hacer en ésta parte una diferenciación de tales funciones de éste punto en la mezcla de marketing. La promoción entendida como estímulos inmediatos de corto plazo y la publicidad como la comunicación a través de imágenes, colores, formas y sonidos de nuestra línea de posicionamiento⁴¹, la cual es la siguiente:

Para hablar de la línea de posicionamiento, debemos conocer primero en qué negocio estamos, qué es lo que vendemos. Por lo cual, habemos de determinar que nos encontramos en el negocio de la comunicación, si bien, nuestro producto no tiene físicamente información, datos o imágenes que comunicar, es un canal para ésta. El siguiente paso es determinar las variables tangibles e intangibles de nuestro producto:

Tangibles	Intangibles
<ul style="list-style-type: none"> • Blancura • Copiado de alta velocidad • Impresión láser y fax 	<ul style="list-style-type: none"> • Confianza • Calidad requerida

Tabla 55

⁴¹ Línea de posicionamiento: "Es la mezcla de las variables tangibles e intangibles de nuestro producto, donde los factores tangibles son factores mentales y lo intangible son factores emocionales. Específicamente es lo que queremos que nuestro producto signifique para el mercado meta".

Así podemos establecer que nuestra línea de posicionamiento es la siguiente: "El papel Trade PaperMex brinda confianza y calidad a través de sus características de blancura, copiado de alta velocidad e impresión láser y fax".

Dentro del punto de promoción encontramos la promoción de ventas, esto entendido como las acciones a tomar dentro de la dirección comercial para incentivar las ventas por un periodo determinado, y en el cual se encuentran actividades tales como descuentos especiales por volumen y el desarrollo de nuevos clientes, a través de: ferias internacionales, página web y exposiciones internacionales.

Publicidad: Como ya comentamos al inicio de éste punto la publicidad entendida como la comunicación a través de imágenes, colores, formas y sonidos de nuestra línea de posicionamiento. Los canales de comunicación que se pueden emplear para esto son varios como la televisión, radio, medios impresos, correo electrónico y página web. El canal que se elija para llevar a cabo nuestro proceso de publicidad deberá estar determinado por un análisis de medios contemplando las variables de costos y beneficios en relación al mercado meta, es decir, debemos tener la seguridad que aparte de cumplir con el presupuesto designado para tal función (presupuesto determinado de acuerdo a las condiciones financieras de la empresa) se éste utilizando el canal que concuerde con las características y costumbres de nuestro mercado meta, de ésta manera se hace más eficiente la inversión en la publicidad.

Para nuestro producto emplearemos una publicidad de mercadotecnia directa, derivado de la naturaleza del producto, ya que como se estableció anteriormente, nuestro mercado meta son las 15 empresas guatemaltecas comercializadoras de papel y ya hemos determinado cual será la que se encargue de comercializar nuestro producto, por lo que se realizará de manera personalizada. Lo anterior es lo que más conviene a la empresa en éste momento, pero no podemos dejar de lado que sería benéfico en un futuro utilizar un doble target en cuanto a la publicidad se refiere, es decir, manejar al mayorista (o

mayoristas) y como segundo target al usuario final, si bien, nuestro mercado meta son las empresas guatemaltecas como ya mencionamos, es importante que el usuario final también tenga presente nuestro producto, pero debido a que es nuestra primera incursión en éste mercado se ha tomado la decisión de iniciar únicamente con la comunicación con nuestro primer target, obviamente derivado de los costos y expectativas de ventas en el inicio de operaciones.

Presupuesto: Para hablar del presupuesto en ésta primera etapa de nuestra incursión al mercado de Guatemala, podemos establecer claramente que será pequeño, derivado como ya mencionamos que será de forma personal. Así que el costo de publicidad se reduce prácticamente a los gastos de representación.

5.5.9 Documentos y Trámites para la Exportación

"Los documentos que se deberán acompañar al embarque son:

Factura Comercial (Anexo 1)

Se debe presentar en original y seis copias con firma autógrafa, en español o inglés y debe incluir los siguientes datos:

- a) Aduana de salida del país de origen y lugar de entrada al país de destino.
- b) Nombre o razón social del exportador y su dirección.
- c) Nombre o razón social del importador o consignatario.
- d) Descripción detallada de la mercancía, su nombre, calidad y marca en su caso.
- e) Cantidades, peso y medidas del embarque.
- f) Precio de la mercancía, especificando la unidad monetaria.
- g) Lugar y fecha de expedición.

Pedimento de exportación (Anexo 2)

Éste debe ser presentado en la forma oficial aprobada por la SHCP ante la aduana correspondiente, por medio del agente o apoderado aduanal que hemos designado.

Lista de empaque (Anexo 3)

Ésta nos permite identificar la mercancía. En cada bulto o caja se anotará claramente los números y marcas que lo identifiquen, mismos que se relacionarán en la factura. Ésta lista de empaque se elaborará en original y seis copias como complemento de la factura comercial y la entregaremos a la empresa transportista.

Carta de porte (Autotransporte) (Anexo 4)

Es el título de consignación de la empresa transportista y se elaborará en original y seis copias. En el mismo se indicará el destino del embarque y haremos constar las condiciones en que se encuentra la mercancía.

Certificado de origen (Anexo 5)

En éste documento demostraremos la procedencia nacional y/o regional del producto en los términos y porcentajes que establece el Tratado de Libre Comercio México-Triángulo del Norte Centroamericano con el fin de aprovechar las ventajas arancelarias y no arancelarias que se establecen en el mismo.

Para realizar los trámites de exportación en México, se contratarán los servicios de la agencia aduanal Servicios Aduanales y Logísticos, S.A. de C.V., con domicilio en Álvaro Obregón No. 250 1er. Piso, Col. Roma, México, D.F., Tel.: 5574 7709, Fax: 5574 7783, At'n.: Lic. Manuel López, mail: mlopez@ajking.com

Quien se encargará de tramitar en la aduana de Tapachula, Chiapas la salida de la mercancía y establecerá contacto con el personal aduanero que contratará el cliente en Guatemala, para que realice los pagos de derechos que correspondan para internar la mercancía en territorio guatemalteco.

5.5.10 Forma de Pago

En nuestro caso utilizaremos la Carta de Crédito irrevocable, domiciliada e intransferible, la cual se hará efectiva a la entrega de la mercancía.

Dichas características se enuncian a continuación:

Por su cancelación o modificación:

- Irrevocable. Requiere del acuerdo entre ordenante y beneficiario para ser modificada o cancelada.

Por el compromiso del banco corresponsal:

- Domiciliada. El banco corresponsal se limita a avisar al beneficiario de la carta de crédito, sin comprometerse a nada más, la diferencia con la carta de crédito notificada radica en que el pago se debe realizar en el país del beneficiario y no en el país del ordenante.

Por la transmisión de los derechos:

- Intransferible. El beneficiario no puede transferir los derechos que le otorga la carta de crédito a ningún otro sujeto.

5.5.11 Evaluación financiera del Proyecto de Exportación.

La evaluación financiera, tiene como principal objetivo valorar los costos Y beneficios en distintos periodos de tiempo para así determinar si es viable o no ejecutar el proyecto. A su vez tiene dos enfoques:

- a) El de la evaluación del proyecto, que asume que todo el proyecto se lleva a cabo con capital propio y, por lo tanto, no se toma en cuenta el problema financiero.
- b) El de la Evaluación del inversionista, donde se consideran recursos externos y dicho préstamo es considerado como ingreso, y los intereses y amortizaciones como costos financieros.

La necesidad de evaluar un proyecto parte de la premisa de que existen siempre recursos escasos y numerosas necesidades. El problema, recae pues, fundamentalmente en el hecho de que esas necesidades puedan ser cubiertas con múltiples opciones, de las cuales debe elegirse aquella, que además de satisfacer dichas necesidades, ofrezca, desde el punto de vista del empresario, las mayores ganancias posibles.

Para esto es necesario contar con una serie de herramientas, aplicables a cualquier alternativa de inversión, que ayuden a determinar la opción más rentable. Éstas herramientas se refieren a los comúnmente denominados, criterios de evaluación financiera. En la presente evaluación se abordarán los principales criterios existentes, considerando a priori, la conveniencia de criterios que adopten el efecto del tiempo sobre el valor del dinero.

VALOR ACTUAL NETO (VAN)

El VAN es uno de los criterios financieros más comunes en la evaluación de proyectos. Es un criterio dinámico. Consiste en determinar la equivalencia en el tiempo cero de los flujos de efectivo futuros que genera un proyecto y comparar ésta equivalencia con la inversión inicial. Cuando dicha equivalencia es mayor a la inversión inicial, entonces, es recomendable que el proyecto sea aceptado.

Se define como el valor obtenido en cantidades monetarias, después de actualizar los flujos de efectivo (anuales) futuros durante la vida del proyecto y

restarlos a la inversión inicial (I_0). O bien, como la diferencia entre el valor actual de los flujos netos de efectivo y la inversión inicial.

Bien puede expresarse de la siguiente forma:

$$VAN : [\sum FNE_t / (1 + i)^t] - I_0 = [\sum FNE_t / (1 + i)^{-1}] - I_0 = [\sum FNE(FSA)] - I_0$$

Donde:

Σ = Sumatoria de t igual a cero hasta n periodos

FNE = Flujo neto de efectivo en el año t

i = Tasa de descuento (TREMA)

I_0 = Inversión inicial

FSA = Factor singular de actualización.

Los criterios utilizados para decidir sobre el proyecto por éste método son los siguientes:

- 1.- si el $VAN > 0$, es recomendable que el proyecto sea aceptado, ya que esto indica que además de recuperar la inversión inicial y cubrir los costos anuales se obtienen beneficios en términos monetarios.
- 2.- si el $VAN = 0$, el proyecto se acepta o en todo caso se revisa. Cuando el VAN es igual a cero no significa que la utilidad del proyecto sea nula, significa que proporciona una utilidad similar a otra inversión financiera a la misma tasa.
- 3.- si el $VAN < 0$, el proyecto debe de ser rechazado, pues significa perdidas para el inversionista. El valor actual de los beneficios es menor al valor actual de los costos más la inversión.

A continuación presentamos el cuadro correspondiente al flujo de caja del proyecto.

FLUJO DE CAJA DEL PROYECTO
(cifras en pesos)

CONCEPTO	0	1	2	3	4	5
INGRESO TOTAL		\$ 2,170,746.00	\$ 2,214,160.92	\$ 2,258,444.14	\$ 2,303,613.02	\$ 2,349,685.28
COSTO TOTAL		\$ 1,460,212.20	\$ 1,489,416.44	\$ 1,519,204.77	\$ 1,549,588.87	\$ 1,580,580.65
UTILIDAD BRUTA		\$ 710,533.80	\$ 724,744.48	\$ 739,239.37	\$ 754,024.15	\$ 769,104.64
I.S.R.		\$ 42,632.03	\$ 43,484.67	\$ 44,354.36	\$ 45,241.45	\$ 46,146.28
P.T.U.		\$ 14,210.68	\$ 14,494.89	\$ 14,784.79	\$ 15,080.48	\$ 15,382.09
UTILIDAD NETA		\$ 653,691.10	\$ 666,764.92	\$ 680,100.22	\$ 693,702.22	\$ 707,576.27
FLUJO DE CAJA =		\$ 653,691.10	\$ 666,764.92	\$ 680,100.22	\$ 693,702.22	\$ 707,576.27

Fuente: elaboración propia

Tabla 56

Ahora bien para determinar la rentabilidad del proyecto de exportación, es necesario la existencia de una tasa de descuento ó la TREMA (Tasa de rendimiento mínima atractiva) misma que se aplica a los diferentes flujos de efectivo involucrados.

Para determinar la tasa de descuento se consideró lo siguiente:

- Tasa de interés de fondeo de papel gubernamental, que equivale a : 9.38%⁴²
- Rentabilidad exigida por los accionistas = 10%
- Inflación estimada para el 2005 = 4.39%⁴³

De tal manera que tenemos que :

Tasa de Descuento Real = Tasa de interés + % Rentabilidad exigida) - Inflación

Tasa de Descuento Real = (9.38% + 10%) – 4.39% = **14.99%**

Una vez calculados los flujos de caja del proyecto se presenta el cuadro que resume el cálculo del VAN del proyecto.

⁴² Es la tasa representativa de las operaciones de mayoreo realizadas por la banca y casas de bolsa sobre operaciones en reporto a plazo de un día hábil bancario con títulos de deuda gubernamental que hayan sido liquidados en el sistema de entrega contra pago del INDEVAL.
Fuente : BANCO DE MEXICO. MERCADO DE VALORES Y TASAS DE INTERES

CÁLCULO DEL VALOR ACTUAL NETO (VAN)
(Cifras en pesos)

AÑOS	FLUJO NETO DE EFECTIVO	FACTOR SINGULAR DE ACTUALIZACIÓN	FLUJO NETO DE EFECTIVO ACTUALIZADO	FLUJO NETO DE EFECTIVO ACTUALIZADO Y ACUMULADO
0	\$ 1,460,212.20	1.0000000	\$ 1,460,212.20	\$ 1,460,212.20
1	\$ 653,691.10	0.8696408	\$ 568,476.47	\$ 891,735.73
2	\$ 666,764.92	0.7562752	\$ 504,257.76	\$ 387,477.97
3	\$ 680,100.22	0.6576878	\$ 447,293.60	\$ 59,815.63
4	\$ 693,702.22	0.5719522	\$ 396,764.48	\$ 456,580.12
5	\$ 707,576.27	0.4973930	\$ 351,943.45	\$ 808,523.57
VAN = \$808,523.57				

Fuente : Elaboración Propia. Los flujos de efectivo vienen del cuadro anterior.

Tabla 57

Comprobando :

$$VAN = [\sum FNE(FSA)] - I_0$$

$$VAN = \$2,268,735.77 - \$ 1,460,212.20$$

$$VAN = \$ 808,523.57$$

Tomando en consideración el resultado obtenido del VAN el cual es mayor que cero , la decisión de invertir en el proyecto de exportación es positiva debido a que además de recuperarse la inversión se obtienen beneficios económicos.

TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

La TIR es un índice de rentabilidad ampliamente aceptado en la evaluación de proyectos. Es un indicador financiero que mide el rendimiento de los fondos que se pretenden invertir en un proyecto. Es la tasa que iguala la suma de los flujos descontados a la inversión inicial; en la cual se supone que el dinero que se gana año con año, se reinvierte en su totalidad. De tal manera que se trata de la

⁴³ Inflación anual general al cierre del primer trimestre de 2005, Fuente: www.shcp.gob.mx / informes sobre la situación económica, las finanzas públicas y la deuda pública.

tasa de rendimiento generada en el interior de la empresa por medio de la inversión. Por lo cual, la tasa interna de retorno permite conocer el rendimiento real de una inversión.

En su término más general se puede definir como la tasa de descuento que hace que el VAN sea igual a cero.

La TIR, matemáticamente, se expresa de la siguiente forma:

$$0 = [\sum FNE_t / (1 + i^*)^t] - I_0 = 0$$

Donde :

Σ = Sumatoria de t igual a cero hasta "n" periodos.

FNE = Flujo Neto de Efectivo.

i^* = Tasa interna de retorno (TIR)

I_0 = Inversión inicial

Existen tres criterios para aceptar o rechazar el proyecto de una inversión de acuerdo a la TIR.

- 1.- Si la TIR es mayor que la TREMA : el proyecto debe de ser aceptado.
- 2.- Si la TIR es igual a la TREMA: el proyecto se acepta o en todo caso se revisa.
- 3.- Si la TIR es menor que la TRMA: el proyecto debe de ser rechazado.

El cálculo de la tasa interna de retorno, si se realiza manualmente, requiere por lo general una solución de ensayo y error que haga que el VAN se iguale a cero.

A continuación se presenta el cálculo de la TIR del proyecto:

Sea el flujo del proyecto de exportación el siguiente:

AÑOS	FLUJO NETO DE EFECTIVO
0	-\$ 1,460,212.20
1	\$ 653,691.10
2	\$ 666,764.92
3	\$ 680,100.22
4	\$ 693,702.22
5	\$ 707,576.27

Tabla 58

Ensayando con $i = 36.20\%$

$$0 = \left\{ \frac{653,691.10}{(1.362)^1} + \frac{666,691.10}{(1.362)^2} + \frac{680,100.22}{(1.362)^3} + \frac{693,702.22}{(1.362)^4} + \frac{707,576.27}{(1.362)^5} \right\} - 1,460,212.20$$

$$0 = \{1,461,119.12\} - 1,460,212.20 = 906.92$$

Debido a que a la tasa de 36.20% el VAN es todavía mayor que cero, debe ensayarse una tasa de descuento más alta. Con $i = 36.30\%$.

Ensayando con $i = 36.30\%$

$$0 = \left\{ \frac{653,691.10}{(1.363)^1} + \frac{666,691.10}{(1.363)^2} + \frac{680,100.22}{(1.363)^3} + \frac{693,702.22}{(1.363)^4} + \frac{707,576.27}{(1.363)^5} \right\} - 1,460,212.20$$

$$0 = \{1,458,503.79\} - 1,460,212.20 = -1,708.41$$

Queda definido entonces que la TIR estará comprendida entre 36.205% y 36.305% . Se tiene por interpolación:

$$i^* = i_1 + \left\{ \frac{vp(i_2 - i_1)}{vp + vn} \right\}$$

Donde:

i^* = TIR

i_1 = Tasa que nos da el primer valor positivo

i_2 = Tasa que nos da el primer valor negativo

vp = Primer valor positivo

vn = Primer valor negativo

sustituyendo se tiene:

$$i^* = 36.20 + \frac{(906.92(36.30 - 36.20))}{(906.92 + 1,708.41)}$$

$$i^* = 36.234677\%$$

Para comprobar, si la tasa cumple con la definición, se sustituye en la fórmula:

$$0 = \left\{ \frac{653,691.10}{(1.36234677)^1} + \frac{666,691.10}{(1.36234677)^2} + \frac{680,100.22}{(1.36234677)^3} + \frac{693,702.22}{(1.36234677)^4} + \frac{707,576.27}{(1.36234677)^5} \right\} - 1,460,212.20$$

$$0 = \{1,460,212.00\} - 1,460,212.20 = 0.20$$

Para un mismo proyecto, utilizando el VAN y la TIR, la decisión siempre debe ser la misma, es decir, si la TIR es mayor que la TREMA, entonces el VAN es mayor que cero. Por el contrario, si la TIR es menor que la TREMA, entonces, el VAN es menor que cero. Por consiguiente es obvia su equivalencia como criterios de evaluación. Por lo tanto, de acuerdo a los criterios presentados la inversión del proyecto de exportación es viable, dado que la TIR (36.234677%) supera a la TREMA (14.99%).

Conclusión

Entendiendo la posición de México dentro del comercio internacional, sabemos que estamos insertados en la dinámica de la globalización, siendo el país con el mayor número de tratados y acuerdos comerciales del mundo, que si bien, no han sido aprovechados en su totalidad, es debido al hecho del desconocimiento de las instancias encargadas de apoyar los procesos de exportación, así como de manera más concreta, de los programas gubernamentales de apoyo para la actividad exportadora, por parte de la micro, pequeña y mediana empresa. Si bien, nos encontramos en una realidad de economías globalizadas, aún no somos un país preparado para dar la batalla en los grandes mercados internacionales, esto derivado en gran parte de la forma en que los gobiernos mexicanos abrieron las fronteras comerciales de manera indiscriminada, ya que de encontrarse en un mercado local en el cual no se tenía como variable principal la calidad y la competitividad, de la noche a la mañana, los productores se vieron atacados por empresas extranjeras que tenían inversión en tecnología de punta y a consecuencia, productos de mayor calidad, ya que sus mercados en su momento los habían preparado para esto, a diferencia de los nacionales. A pesar del conocimiento de éstas circunstancias, los gobiernos que les precedieron no han logrado eliminar éstas grandes diferencias, por lo que aún seguimos siendo una economía subdesarrollada, que sólo puede ofrecer materias primas sin valores agregados, lo que obviamente implicaría un mayor precio y por ende un mayor ingreso, que se traduciría en la posibilidad de tener un superávit comercial, pero para esto se hace necesario un compromiso del gobierno nacional, que es quien podría realizar programas de apoyo real al sector industrial del país, ya por medio de exención de impuestos, inversión en carreteras y vías de comunicación más baratas que implique un menor costo en la operación y hasta tarifas preferenciales en energía (luz, hidrocarburos, etc.), favoreciendo de ésta forma las condiciones de competencia con las empresas de otros países, que cuentan ya con éste tipo de beneficios. Logrando así, generar un mayor valor económico de la industria nacional. Ahora bien, el país con el que habremos de realizar el proceso de exportación, nos permite tener una ventaja competitiva, por

ser éste un país con menores niveles de desarrollo y crecimiento. Esto es fácil de observar, al revisar de manera sencilla la diferencia en los niveles de PIB de cada país, así como los niveles de alfabetización y de infraestructura de telecomunicaciones, además del cuadro de importaciones de Guatemala, que si bien, produce el producto que nosotros comercializamos, su industria no es capaz de abastecer a su mercado interno.

Si bien, el sector industrial mexicano, ha tenido un crecimiento en las dos últimas décadas, no ha logrado resarcir los errores pasados, por ejemplo, el haber instituido programas como el de sustitución de importaciones, dañando de ésta forma a la industria nacional al no haberla dotado de bienes de capital, lo que le hubiera permitido comercializar productos con mayor valor agregado. En lo que respecta a la industria del papel nacional, su situación es consecuencia de lo comentado anteriormente, ya que en el transcurso de los años le ha sido difícil tener la tecnología de punta necesaria para hacerse presente. Por lo que se hace necesario seguir importando una gran cantidad de papel de otros países, ya que obviamente no somos autosuficientes, no sólo en la demanda, sino en la calidad de los papeles que se requieren para cierto tipo de procesos.

Por otra parte, es de vital importancia tener el conocimiento de la legislación que rige al comercio internacional, en nuestro país y bajo los ordenes de lineamientos internacionales, así mismo, existen regulaciones que facilitan el desarrollo del comercio internacional (INCOTERMS), ya que de ésta forma no existe duda sobre el tipo de negociación que se ha realizado; lo anterior nos permite tener mayor fluidez en el proceso de exportación. Si bien es cierto existen programas de apoyo a las pequeñas y medianas empresas de nuestro país, sin embargo, se hace necesario la implementación de un sistema que enlace a las diferentes dependencias del país que les atañe directamente el proceso de comercio exterior, esto con el propósito de hacer más efectivas las operaciones de las mismas, ya que desafortunadamente no cumplen con sus tareas primordiales de enlace, entre los diferentes actores de éste proceso. Iniciando por la falta de información para las pequeñas y medianas empresas, que si bien los

canales formales del gobierno existen, no pueden ser aprovechados por éste tipo de entidades, en un inicio por desconocimiento y en segunda parte por falta de recursos, ya que la información gratuita de instituciones como lo es el BANCOMEXT es más bien para tener panoramas generales, pero en el momento de requerir información más específica, habría que pagar ciertas sumas de dinero, que de acuerdo al tipo de empresas que hemos mencionado, en ocasiones no se encuentran en posibilidad de sufragar, ya bien por la falta de liquidez o por no tener la certeza de que sea una inversión realmente rentable, así pues, las empresas que tengan un potencial exportador quizás jamás lo descubran. Es importante que se tomen acciones al respecto, ya que el rezago en éste tipo de circunstancias ha llevado a las empresas a perder oportunidades reales de negocio. Si bien, el gobierno necesita invertir en esto, habría de evaluar el beneficio que se tendría en años venideros; aunque tal vez no sea necesario invertir grandes cantidades de dinero si se inicia por buscar la forma de lograr que los recursos existentes funcionen de forma más eficiente.

Los trámites aduanales y la documentación, son parte fundamental del proceso de exportación, en el caso de México se debería realizar una simplificación en cuanto a los documentos que se requieren para éste trámite, ya que se hace necesario contratar los servicios de un agente aduanal, ya que los formatos y tramitología son en exceso complicados, ya que un pequeño fabricante no estaría en condiciones de realizar por si sólo esto, lo que implica un incremento en el costo por los honorarios de éste. Para lo cual sería importante analizar la legislación al respecto. En el momento de las economías globalizadas, los tiempos para la logística de exportación se hacen de vital importancia, ya que si nuestro competidor local es capaz de colocar producto de Japón en menos días que nosotros de México, siendo Guatemala un país fronterizo, significa que en niveles de competitividad estaríamos fuera del mercado, por lo que necesitamos realizar los trámites aduanales lo más pronto posible para que no signifiquen un factor de desigualdad en la competencia de mercado.

Uno de los factores claves para lograr el éxito en la exportación es sin lugar a dudas el conocimiento del mercado meta que hemos designado para comercializar nuestro producto, es decir, niveles de consumo, oferta actual en el mercado, competencia y precio, así como las características socioeconómicas y políticas que influyen en el comportamiento de una economía, incluyendo la estabilidad de los años recientes y las perspectivas que se tengan en el corto plazo, ya que de esto dependerá la factibilidad del proyecto de inversión. En el caso del presente trabajo la determinación del mercado meta se llevó a cabo después de la evaluación de las diversas opciones; y tomando como primer variable todos aquellos países con los que se cuenta con un Tratado Comercial para poder obtener los beneficios que del mismo emanan. Como segundo punto el conocimiento de la importación de nuestro tipo de producto por parte de los países seleccionados; posteriormente las diferencias en las condiciones de las economías nacionales. Estos factores fueron los más importantes para elegir a Guatemala como mercado meta, además de: Cercanía geográfica, Ventaja arancelaria, Idioma y Afinidad cultural. Si bien sabemos que Guatemala es un país de los llamados tercermundistas, y que derivado de ello su población es mayoritariamente rural y que no cuenta con un gran desarrollo en el aspecto de medios de comunicación (Carreteras pavimentadas, transportación eficiente, etc.), la naturaleza de nuestro producto nos permite observar un mercado en el cual existen posibilidades de negocio de largo plazo.

La parte concluyente de éste trabajo, es el desarrollo de un caso práctico, en el cual buscamos desarrollar todos los conceptos expuestos durante los cuatro capítulos anteriores. En el mismo iniciamos desarrollando los aspectos generales de la empresa, ya que como sabemos la investigación de mercados inicia en el conocimiento de nuestra empresa, ya que si conocemos las fortalezas y debilidades de la misma, nos encontraremos en posibilidades de saber los límites de nuestro campo de acción, el cual va desde la capacidad de comercialización hasta los niveles de inversión de la misma. El conocimiento del producto es básico, ya que no podríamos negociar un elemento que desconocemos, tener presentes las características principales y las virtudes que del mismo podemos

obtener. La determinación de la situación financiera de la empresa es de vital importancia, ya que bajo éste análisis, logramos determinar si la empresa se encontraba en condiciones de generar un proyecto de exportación de ésta magnitud, así mismo, conocer los niveles de inversión necesarios y el tiempo de retorno de ésta para el proyecto. El conocimiento del mercado meta (como ya lo hemos mencionado antes) debe realizarse lo más profundamente posible, para lograr tener el conocimiento de todas las variables que nos permitan tomar las decisiones estratégicas adecuadas para el desarrollo del proyecto. Los canales de distribución, logística de exportación, el precio de exportación así como el INCOTERM utilizado son producto del análisis del mercado meta, ya que estos no podrían determinarse sin el conocimiento de las condiciones evaluadas en éste proceso. El desarrollo del modelo de mercadotecnia se elaboró en base a la naturaleza del producto, ya que las variables de precio, producto, plaza y promoción se generan de acuerdo a las características del mismo y las condiciones del mercado meta.

Para finalizar esperamos que el presente trabajo colabore en el entendimiento del proceso de exportación y sirva para resarcir (en su justa dimensión) la carencia de información que tienen la micro y pequeña empresa, que cuentan con un real potencial exportador del país. Así mismo, como guía de los requerimientos y trámites para llevar a buen puerto dicho proceso.



Trade PaperMex, S.A. de C.V.

Trigo No. 129, Col. Granjas Esmeralda

México, D.F. 09810

Tel. 5445-1600 Fax 5445-1661 www.tradepaprmex.com.mx

Nº de factura:
G36701

FACTURA

Cliente

Nombre Comercial Papelera Guatemalteca, S.A.
 Dirección Km. 13.5 Carretera al Atlántico Z-17
 Ciudad Guatemala Estado Guatemala CP
 Teléfono 2255-4726 y 2255-4735 At'n.: EdIn Eliud Beza

Fecha 18-May-05
 N° pedido IM-0001
 Representante ROBERTO TREJO
 FOB (franco a bordo) INCOTERM DDU

Cantidad	Descripción	Precio unitario	TOTAL
495	Cajas de Papel Bond de 75 Grs. Tamaño carta Contenido: 5 Millares	31.83 \$	15,755.85 \$

Detalles de

- En efectivo
 Con cheque
 Tarjeta de crédito

Nombre _____

Número _____

Caduca _____

Subtotal	15,755.85 \$
Expedición y tramitación	0.00 \$
Impuesto IVA 15%	
TOTAL	15,755.85 \$

Sólo para su uso en la oficina

NACIONAL DE SOBRES, S.A. DE C.V. NSO-560709-J32, CALZ. LA NARANJA No. 128, FRACC. IND. ALCE BLANCO 2DA. SECC., NAUCALPAN, EDO. DE MÉXICO C.P. 53370, TEL. 2122-3850, AUTORIZACIÓN DEL IMPRESOR EN LA PÁGINA DE INTERNET DEL S.A.T. PUBLICADA EL 07 DE MAYO DE 2002, IMPRESO EL DÍA 28 DE OCTUBRE DEL AÑO 2004, VIGENTE AL DÍA 27 DE OCTUBRE DEL AÑO 2008, DEL FOLIO G35,001 AL FOLIO G45,000, NÚMERO DE APROBACIÓN DEL SISTEMA DE CONTROL DE IMPRESORES AUTORIZADOS 5711935

(Dieciocho mil ciento diecinueve dólares 23/100 Dlls.)



Transportistas Unidos de Morelos S.A. de C.V.

R.F.C. TUM-990921-120 CLAVE DE LA EMPRESA CG-05001 REG CANACAR NUM. 0064-PM-MOR-90

Servicio de Autotransporte Público Federal de Carga

CARTA DE PORTE

A7437004

OFICINA MATRIZ:

Carretera Cuernavaca-Tepoztlan Km. 2.5
Ocotepéc, C.P. 62220 Cuernavaca, Mor.
Tels. (777) 3-13-87-37 y 3-17-15-19 Fax 1-02-2234

SUC. MEXICO:

Cedro No. 15 Fraccionamiento Industrial
Tabla Honda C.P. 54126 Tlalnepanlta, Edo. de México
Tel. 5389-1865

LUGAR Y FECHA DE EXPEDICION:

ORIGEN:

DESTINO:

REMITENTE:

DESTINATARIO:

R.F.C.

R.F.C.

DOMICILIO:

DOMICILIO:

SE RECOGERA EN:

SE ENTREGARA EN:

VALOR UNITARIO, CUOTA CONVENIDA
POR TONELADA O FRACCION.

CLASE

VALOR
DECLARADO

CONDICIONES
DE PAGO

BULTOS		QUE EL REMITENTE DICE CONTIENEN	PESO	VOLUMEN		CONCEPTO	IMPORTE
NUMERO	EMBALAJE			M ³	PESO ESTIMADO		
						FLETE	
						CARGO POR SEGURO	
						MANIOBRAS	
						REPARTO	
TOTALS						OTROS	

REEMBARCO:

REEMBARCARSE CON:

SUB-TOTAL

CONDUJO DE:

A:

CONDUJERÁ DE:

A:

I.V.A.



IMPORTE TOTAL EN LETRA:

DOCUMENTO

RECIBI DE CONFORMIDAD

OBSERVACIONES:

FIRMA DEL DESTINATARIO

Por este pagará me(nos) obligo(amos) a pagar incondicionalmente a la orden de Transportistas Unidos de Morelos S.A. de C.V. En _____ el día _____ de _____ del _____

la cantidad de \$ _____ (_____) por servicio recibido

a mi(nuestra) entera satisfacción. Si este pagará no fuere cubierto a su vencimiento me(nos) obligo(amos) a pagar

% de interés moratorio mensualmente hasta su total liquidación.

A _____ DE _____ OEL _____

ACEPTO(AMOS)

SE CON _____ ES DEL _____ IATO _____ ISPOR _____ STRUC _____ S PARA _____ R EST _____ DE PL _____ E IMPR _____ N EL R _____ O DEL _____ AL FC _____ DEL A-3 _____ AL A-37 _____

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

CONTRI BU Y EN T E D E L R E G I M E N S I M P L I F I C A D O

TEL: 5445-1860

304116-E

FTE HOJAS 1A5

ANEXO

Pedimento

REF:

PEDIMENTO

PAGINA 1 DE 2

NUM. DE PEDIMENTO: 03470000000000000000		T. OPER: EXP		C. E. PEDIMENTO: 00		REGIMEN: EXL		CERTIFICACIONES							
DESTINO: 9		TIPO DE CAMBIO: 10.76710		PESO P. LTO: 25.000		ADUANA ES: 470									
MEDIO DE TRANSPORTE		VALOR DOLARES: 133		VALOR ADUANAL:		PRECIO PAGADO / VALOR COMERCIAL: 1452									
ENTRADA/SALIDA: 07		ARRIBO: 37		SALIDA: 02											
DATOS DEL IMPORTADOR / EXPORTADOR															
RFC:		NOMBRE, DENOMINACIÓN O RAZÓN SOCIAL:													
CURP:															
DOMICILIO:															
VAL. SEGUROS: 0		SEGUROS: 0		FLETES: 0		EMBALAJE: 0		OTROS INCREMENTOS: 0							
ACUSE ELECTRONICO DE VALIDACION: SEEHJ60A		CLAVE DE LA SECCION ADUANERA DE DESPACHO: 470													
MARCAS, NÚMEROS Y TOTAL DE BULTOS: SM 01															
FECHAS		TASA A NIVEL PEDIMENTO		CONTRIB. DVE. T. TASA		TASA									
PRESENTACIÓN: 3 12 2003				2		172.00									
PAGO: 31 12 2003				2		140.00									
CUADRO DE LIQUIDACIÓN															
CONCEPTO	F. P.	IMPORTE	CONCEPTO	F. P.	IMPORTE	EFECTIVO		OTROS							
DTA	0	172				212									
PREV	0	151				212									
						TOTAL		212							
DATOS DEL PROVEEDOR O COMPRADOR															
ID. FISCAL		NOMBRE, DENOMINACIÓN O RAZÓN SOCIAL				DOMICILIO:				VINCULACIÓN					
		LA, CA. USA. CA. USA				ESTADOS UNIDOS DE AMERICA				NO					
NUM. FACTURA	FECHA	INCOTERM	MONEDA FACT	VAL. MON. FACT	FACTOR MON. FACT	VAL. DÓLARES									
0022	27/03/2003	FOB	USD	133.00	1.00000000	133.00									
DATOS DEL DESTINATARIO															
ID. FISCAL		NOMBRE, DENOMINACIÓN O RAZÓN SOCIAL				DOMICILIO:				VINCULACIÓN					
		LA, CA. USA. CA. USA				ESTADOS UNIDOS DE AMERICA				NO					
TRANSPORTE		IDENTIFICACIÓN: UNITED AIRLINES, INC				UA1008/19				PAÍS: USA					
NO. (GUIA ORDEN EMBARQUE) / ID:		401935													
PARTIDAS															
SEC	FRACCIÓN	SUB	VINC	MET VAL	UMC	CANTIDAD UMC	UMT	CANTIDAD UMT	PVIC	P.ORD	CON	TASA	TT	FP	IMPORTE
DESCRIPCIÓN (RÉNGLONES VARIABLES SEGÚN SE REQUIERA)															
VAL ADUAND		IMP. PRECIO PAG/ VALOR COMERCIAL		PRECIO UNIT.		VAL. AGREG.									
001	94052099		0	0	6	7	06	7	USA	USA	IGE IVA	0.00	1	0	0
LÁMPARAS DE PARED															
75.35		811		115.85714											
OBSERVACIONES A NIVEL PARTIDA															
AGENTE ADUANAL, APODERADO ADUANAL O DE ALMACÉN												DECLARO BAJO PROTESTA DE DECIR VERDAD, EN LOS TÉRMINOS DE LO DISPUESTO POR EL ARTÍCULO 81 DE LA LEY ADUANERA: PATENTE O AUTORIZACIÓN:			
NOMBRE O RAZ. SOC.:		CURP:										FIRMA AUTOGRAFA			
RFC:															
TERCERA COPIA: APODERADO O AGENTE ADUANAL												DESTINO / ORIGEN: INTERIOR DEL PAÍS			

REF:

PEDIMENTO

PAGINA 2 DE 2

2

NUM. DE PEDIMENTO: 03 47 3351 300005											T. OPER: EXP		CVE. PEDIMENTO: A1		RFC: CURP:	
PARTIDAS											CON:	TASA	TT	FP	IMPORTE	
SEC	FRACCIÓN	SUB	VINC	MET VAL	UMC	CANTIDAD UMC	UMT	CANTIDAD UMT	P.VIC	P.OID						
DESCRIPCIÓN (RENGLONES VARIABLES SEGÚN SE REQUIERA)																
VAL. ADUADO		IMP. PRECIO PAGO VALOR COMERCIAL			PRECIO UNIT.		VAL. AGREG.				IGE:					
002	83253001		0	0	6	2	06	2	USA	USA						IVA
MARCOS DE LAMINA											IVA	0.00	1	0	0	
34.96		272			188 00000											
OBSERVACIONES A NIVEL PARTIDA																
003	94055069		0	0	6	10	06	10	USA	USA	IGE:	0.00	1	0	0	
MARCOS DE LAMINA											IVA	0.06	1	0	0	
12.03		272			13 00000											
OBSERVACIONES A NIVEL PARTIDA																
004	49021001		0	0	6	17	01	2.000	USA	USA	IGE:	0.00	1	0	0	
MARCOS DE LAMINA											IVA	0.00	1	0	0	
34.96		272			188 00000											
OBSERVACIONES A NIVEL PARTIDA																

FIN DE PEDIMENTO NUM. TOTAL DE PARTIDAS: 3 CLAVE PREVALIDADOR: 004

AGENTE ADUANAL, APODERADO ADUANAL O DE ALMACÉN
 NOMBRE O RAZ. SOC.: _____
 RFC: _____ CURP: _____

DECLARO BAJO PROTESTA DE DECIR VERDAD, EN LOS
 TÉRMINOS DE LO DISPUESTO POR EL ARTÍCULO 81 DE
 LA LEY ADUANERA; PATENTE O AUTORIZACIÓN:

FIRMA AUTÓGRAFA

TERCERA COPIA: APODERADO O AGENTE ADUANAL

DESTINO / ORIGEN: INTERIOR DEL PAÍS

ANEXO 8

Tratado de Libre Comercio México-Triángulo del Norte Centroamericano

TRATADO DE LIBRE COMERCIO ENTRE LOS ESTADOS UNIDOS MEXICANOS Y LAS REPUBLICAS DE EL SALVADOR, GUATEMALA Y HONDURAS

Certificado de Origen
(Instrucciones anexas)

Llenar a máquina o con letra de imprenta o molde.

1. Nombre y domicilio del exportador: Teléfono: Fax: Número de Registro Fiscal:		2. Periodo que cubre: D M A D M A Desde: / / Hasta: / /	
3. Nombre y domicilio del productor: Teléfono: Fax: Número de Registro Fiscal:		4. Nombre y domicilio del importador: Teléfono: Fax: Número de Registro Fiscal:	
5. Descripción del (tos) bien(es):	6. Clasificación Arancelaria	Criterio para trato preferencial	6. Productor
9. País de Origen			
10. Observaciones:			
11. Declaro bajo protesta de decir verdad o fe de juramento que: - Los bienes son originarios del territorio de una o más de las Partes, salvo lo establecido en los párrafos 10(a), 11(a) o 12(a) del Anexo 3-04(5) del Tratado cumplen con los requisitos de origen que les son aplicables conforme al Tratado y no han sido objeto de procesamiento ulterior o de cualquier otra operación fuera de los territorios de las Partes, salvo en los casos permitidos en el artículo 5:7 del Tratado. - La información contenida en este documento es verdadera y exacta y me hago responsable de comprobar lo aquí declarado. Estoy consciente que será responsable por cualquier declaración falsa u omisión hecha en o relacionada con el presente documento. - Me comprometo a conservar y presentar, en caso de ser requerido, los documentos necesarios que respalden el contenido del presente certificado, así como a notificar por escrito a todas las personas a quienes entregue el presente certificado, de cualquier cambio que pudiera afectar la exactitud o validez del mismo. Este certificado consta de _____ hojas, incluyendo todos sus anexos.			
Firma del exportador:		Empresa:	
Nombre:		Cargo:	
D D M M A A Fecha: / /		Teléfono: Fax:	

**TRATADO DE LIBRE COMERCIO ENTRE LOS ESTADOS UNIDOS MEXICANOS Y LAS REPUBLICAS DE EL SALVADOR, GUATEMALA Y HONDURAS
INSTRUCTIVO PARA EL LLENADO DEL CERTIFICADO DE ORIGEN**

Para efectos de obtener trato arancelario preferencial, este documento deberá ser llenado a máquina o con letra de imprenta o molde en forma impresa y completa por el exportador del bien o en su defecto sin borrones, tachaduras o enmendadas y en caso de requerir mayor espacio deberá utilizar la hoja reversa del certificado de origen. El importador deberá tener en su poder este documento al momento de presentar el pedimento o declaración de importación.

Campo N° 1: Indique el nombre completo, la denominación o razón social, el domicilio (incluyendo ciudad y país), el número de teléfono, el número de fax y el número del registro fiscal del exportador. El número del registro fiscal será en: México: la clave del Registro Federal de Contribuyentes (RFC); El Salvador: el Número de Identificación Tributaria (NIT); Guatemala: el Número de Identificación Tributaria (NIT); Honduras: el Registro Tributario Nacional (RTN).

Campo N° 2: Deberá llenarse sólo en caso de que el certificado ampare varias importaciones de bienes idénticos a los descritos en el Campo 5, que se reporten a alguna de las Partes del Tratado en un periodo específico no mayor de 12 meses (período que cubre). "DESDE" deberá ir seguida por la fecha (Día/Mes/Año) a partir de la cual el certificado ampara el bien descrito (esta fecha puede ser anterior a la fecha de firma del certificado). "HASTA" deberá ir seguida por la fecha (Día/Mes/Año) en la que expira el periodo que cubre el certificado. Las importaciones de cualquiera de los bienes amparados por el certificado deberán efectuarse dentro de las fechas indicadas.
NOTA: No llenar este campo para:
1) envío único; o
2) bienes importados conforme a los Niveles de Flexibilidad Temporal (NFT). (Véase campo 10).

Campo N° 3: Indique el nombre completo, la denominación o razón social, el domicilio (incluyendo ciudad y país), el número de teléfono, el número de fax y el número del registro fiscal del productor, tal como se describe en el Campo 1. En caso de que el certificado ampare bienes de más de un productor, señale "VARIOS" y anexe una lista de los productores, incluyendo el nombre completo, la denominación o razón social, el domicilio (incluyendo ciudad y país), el número de teléfono, el número de fax y el número de registro fiscal, haciendo mención directa al bien descrito en el Campo 5. Cuando se desee que la información contenida en este campo sea confidencial, deberá señalarse "DISPONIBLE A SOLICITUD DE LA AUTORIDAD COMPETENTE". En caso de que el productor y el exportador sean la misma persona, señale "IGUAL".

Campo N° 4: Indique el nombre completo, la denominación o razón social, el domicilio (incluyendo ciudad y país), el número de teléfono, el número de fax y el número del registro fiscal del importador, tal como se describe en el Campo 1.

Campo N° 5: Proporcione una descripción completa de cada bien. La descripción deberá ser lo suficientemente detallada para relacionarla con la descripción del bien contenida en la factura, así como con la descripción que le corresponde al bien en el Sistema Armonizado SA. En caso de que el certificado ampare una sola importación de bienes, deberá indicarse el número de factura, tal como aparece en la factura comercial. En caso de desconocerse, deberá indicarse otro número de referencia único, como el número de orden de compra, el número de orden de compra o el conocimiento de embarque.

Campo N° 6: Para cada bien descrito en el Campo 5, indique los seis dígitos correspondientes a la clasificación arancelaria del SA. En caso de que el bien esté sujeto a una regla específica de origen que requiera una descripción del bien más detallada que al nivel de seis dígitos (es decir, seis dígitos más "aa", "bbb", etc.), de conformidad con el Anexo 6-03 (Reglas específicas de origen) del Tratado, deberá indicarse la fracción arancelaria específica de la Parte Importadora señalada en la Sección C (Nuevas fracciones arancelarias) del rúbrico A del SA.

Campo N° 7: Para cada bien descrito en el Campo 5, indique el criterio (desde la A hasta la F) aplicable. Las reglas de origen se encuentran en el capítulo VI (Reglas de origen) y en el Anexo 6-03 (Reglas específicas de origen) del Tratado. Con el fin de acogerse al trato arancelario preferencial, cada bien debe cumplir con alguno de los siguientes criterios:

Criterios para trato preferencial:

- A. El bien es obtenido en su totalidad o producido enteramente en territorio de una o más de las Partes (Véase el artículo 6-03.1(a) del Tratado).
- B. El bien es producido en el territorio de una o más de las Partes a partir exclusivamente de materiales que califican como originarios de conformidad con el capítulo VI (Reglas de origen) del Tratado. (Véase el artículo 6-03.1(b) del Tratado).
- C. El bien es producido en el territorio de una o más de las Partes a partir de materiales no originarios que cumplen con un cambio de clasificación arancelaria y otros requisitos, según se especifica en el Anexo 6-03 (Reglas específicas de origen) y cumple con las demás disposiciones aplicables del capítulo VI (Reglas de origen) del Tratado. (Véase el artículo 6-03.1(c) del Tratado).
- D. El bien es producido en el territorio de una o más de las Partes a partir de materiales no originarios que cumplen con un cambio de clasificación arancelaria y otros requisitos, y el bien cumple con un valor de contenido regional (VCR) según se especifica en el Anexo 6-03 (Reglas específicas de origen), y con las demás disposiciones aplicables del capítulo VI (Reglas de origen) del Tratado. (Véase el artículo 6-03.1(d) del Tratado).
- E. El bien es producido en el territorio de una o más de las Partes y cumple con un VCR según se especifica en el Anexo 6-03 (Reglas específicas de origen), y con las demás disposiciones del capítulo VI (Reglas de origen) del Tratado. (Véase el artículo 6-03.1(e) del Tratado).
- F. El bien es producido en el territorio de una o más de las Partes, pero uno o más de los materiales no originarios utilizados en la producción del bien no cumplen con un cambio de clasificación arancelaria debido a que:
 - 1) El bien se ha importado a territorio de una Parte sin ensamblar o desensamblado, pero se ha clasificado como un bien ensamblado de conformidad con la Regla 2(a) de las Reglas Generales de Interpretación de SA, o
 - 2) La partida para el bien sea la misma tanto para el bien como para sus partes; esa partida no se divide en subpartidas o la subpartida sea la misma tanto para el bien como para sus partes; Siempre que el VCR del bien, determinado de acuerdo con el artículo 6-04 del Tratado, no sea inferior al 50%, salvo disposición en contrario contenida en el Anexo 6-03 (Reglas específicas de origen) y el bien cumple con las demás disposiciones aplicables del capítulo VI (Reglas de origen) del Tratado. (Véase el artículo 6-03.1(f) del Tratado).

Este criterio no se aplica a los bienes comprendidos en los Capítulos 61 a 63 del SA.

NOTA: La aducción de un bien en el territorio de cualquiera de las Partes no implica necesariamente que califique como originario.

Campo N° 8: Para cada bien descrito en el Campo 5, indique "SI" cuando usted sea el productor del bien. Si usted no fuera el productor del bien, indique "NO", seguida por (1) o (2), dependiendo de si el certificado se basa en uno de los siguientes supuestos:

- (1) su conocimiento de que el bien califica como originario; o
- (2) una declaración de origen que ampara el bien objeto de exportación, llenada y firmada por el productor en el formato a que se refiere el artículo 7-02(1) del Tratado.

NOTA: La emisión del certificado de origen con base en el supuesto (1), no le exime de la obligación de comprobar que el bien califica como originario de conformidad con los procedimientos establecidos en el Tratado.

Campo N° 9: Se deberá indicar el país de origen del bien:

- SAL El Salvador
- GU Guatemala
- HON Honduras
- MEX México

Nota: En el caso de El Salvador, Guatemala y Honduras:

a) en los casos referidos en el Anexo 3-04(5), párrafos 10(a), 11(a) y 12(a) la determinación de país de origen se hará de conformidad con dichos párrafos;

b) en los casos referidos en el Anexo 3-04(5), párrafos 10(b) y (c) 11(b) y (c) y 12 (b) y (c), el último proceso de producción será el que determine el país de origen.

En el caso de México, el último proceso de producción será el que determine el país de origen.

Campo N°. 10:

Este campo sólo deberá ser utilizado cuando exista alguna observación con relación al certificado, entre otros:

- A) Cuando el bien o bienes descritos en el campo 5 han sido objeto de un criterio anticipado o una resolución sobre clasificación o valor de los bienes o de los materiales, se deberá indicar el tipo de resolución, el nombre de la autoridad emisora, número de referencia y la fecha de emisión.
- B) Cuando el bien o bienes descritos en el campo 5 cumplan con los requisitos de origen establecidos en el Anexo 6-26 del capítulo VI (Reglas de Origen) del Tratado, a efecto de utilizar la cuota establecida en el Anexo 3-19 del capítulo III del Tratado, se deberá indicar la frase "Cumple con la regla de origen establecida en el Anexo 6-26 del Tratado". Además:
 - i) no se llenarán los campos 2 y 7;
 - ii) este certificado anotará únicamente bienes importados con Niveles de Flexibilidad Temporal;
 - iii) con el propósito de obtener trato arancelario preferencial para bienes adicionales, utilice otro certificado.
- C) Cuando el Comité de Integración Regional de Insumos haya dictaminado la existencia de algunos de los suuestos de desabastecimiento señalados en los artículos 7 al 11 del Reglamento a los Artículos 6-19 al 6-25 del Tratado de Libre Comercio entre los Estados Unidos Mexicanos y las Repúblicas de El Salvador, Guatemala y Honduras (Reglamento del CIRI) y la Comisión Administradora haya emitido una Resolución de conformidad con el artículo 6-23 del Tratado, se deberá indicar dicha resolución y la fecha de emisión.
- D) Cuando en el campo 7 se haya indicado el criterio E o F y el VCR se calculó utilizando promedios conforme al artículo 6-04(7) del Tratado, indique el periodo (fecha de inicio y de conclusión, día, mes y año) sobre el cual se realizó el cálculo.

Campo N°. 11:

Este campo debe ser firmado y fechado por el exportador o representante legal o persona autorizada por el exportador. En caso de haber utilizado a(s) hoja(s) anexa(s), ésta(s) también deberá(n) ser firmada(s) y fechada(s) por el exportador o representante legal o persona autorizada por el exportador. La fecha debe ser aquella en que el certificado se llenó y firmó.

Tablas

Número	Nombre	Página
1	Importaciones y Exportaciones mexicanas, de 1970-2003 (millones de dólares)	8
2	Importaciones totales de México 1993-2003 (Dls.)	13
3	Exportaciones totales de México 1993-2003 (Dls.)	14
4	Balanza comercial de México 1993-2003	15
5	Tratados comerciales de México	17
6	Balanza comercial México-Guatemala 1993-2003	32
7	Producción total de papel (miles de toneladas métricas)	37
8	Participación relativa de la producción de papel por grupos	38
9	Producción de papel por tipos (toneladas métricas)	39
10	Producción de papel por grupos y por entidades federativas y su participación relativa respecto del total de 2002 (toneladas métricas)	41
11	Tasas de crecimiento del PIB nacional, industrial, manufacturero e industrial de la celulosa y del papel	43
12	Participación en el sector celulósico-papelero en el PIB nacional, industrial y manufacturero	44
13	Mano de obra utilizada en la industria de la celulosa y del papel	45
14	Papel para escritura e impresión (miles de toneladas)	50
15	Balanza comercial de papel (toneladas métricas)	51
16	Exportación por tipos de papel (toneladas métricas)	53
17	Clasificación de los INCOTERMS	60
18	Clasificación de los INCOTERMS por tipo de transporte	61
19	Clasificación de comercio electrónico	87
20	Información general del mercado de Guatemala	96
21	Indicadores demográficos de Guatemala	97
22	Indicadores económicos de Guatemala	98
23	Crecimiento económico de Guatemala	98
24	Comportamiento de la tasa de inflación	98
25	Costo del agua en Guatemala	100
26	Costo de electricidad en Guatemala	100
27	Infraestructura en Guatemala	100
28	Comercio intrarregional centroamericano	102

29	Producción de papel bond (toneladas métricas)	108
30	Importación de la industria manufacturera (papel y cartón) en miles de dólares	108
31	Exportaciones de la industria manufacturera (papel y cartón) en miles de dólares	109
32	Importaciones de Guatemala, papel y cartón (en miles de dólares)	110
33	Importaciones de Guatemala, papel y cartón 2004 (miles de Dlls.)	111
34	Importaciones de Guatemala, manufacturas de papel y cartón 2004 (miles de dólares)	111
35	Estado de situación financiera al 31 de diciembre de 2000 Trade PaperMex S.A. de C.V.	120
36	Estado de resultados al mes de diciembre de 2000 Trade PaperMex, S.A. de C.V.	121
37	Estado de situación financiera al 31 de diciembre de 2001 Trade PaperMex, S.A. de C.V.	122
38	Estado de resultados al mes de diciembre de 2001 Trade PaperMex, S.A. de C.V.	123
39	Estado de situación financiera al 31 de diciembre de 2002 Trade PaperMex, S.A. de C.V.	124
40	Estado de resultados al mes de diciembre de 2002 Trade PaperMex, S.A. de C.V.	125
41	Estado de situación financiera al 31 de diciembre de 2003 Trade PaperMex, S.A. de C.V.	126
42	Estado de resultados al mes de diciembre de 2003 Trade PaperMex, S.A. de C.V.	127
43	Estado de situación financiera al 31 de diciembre de 2004 Trade PaperMex, S.A. de C.V.	128
44	Estado de resultados al mes de diciembre de 2004 Trade PaperMex, S.A. de C.V.	129
45	Ventas 2000-2004 Trade PaperMex, S.A. de C.V.	134
46	Determinación del punto de equilibrio Trade PaperMex, S.A. de C.V.	135
47	Matriz de análisis FODA de Trade PaperMex, S.A. de C.V.	138
48	Importaciones de la industria manufacturera Guatemala, (papel y cartón), cifras CIF en Dlls	140
49	Importaciones de la industria manufacturera Guatemala, (estimaciones)	141
50	Estimación de la demanda insatisfecha Guatemala (mercado de papel y cartón) cifras en dólares	141
51	Demanda insatisfecha (mercado de papel y cartón)	142
52	Distribuidores de nuestro cliente comercial papelera guatemalteca, S.A.	144
53	Determinación del precio de exportación	147
54	Precio según INCOTERM	151
55	Variables tangibles e intangibles del producto	151

56	Flujo de caja del proyecto (cifras en pesos)	158
57	Cálculo del valor actual neto (van), (cifras en pesos)	159
58	Flujo del proyecto de exportación	161

Gráficos

Número	Nombre	Página
1	Importaciones totales 1993-2003 (Dlts.)	13
2	Exportaciones totales 1993-2003(Dlts.)	14
3	Balanza comercial 1993-2003	15
4	Balanza comercial México-Guatemala 1993-2003	32
5	Producción total de papel (miles de toneladas métricas)	37
6	Participación relativa de la producción de papel por grupos	38
7	Tasas de crecimiento del PIB nacional, industrial, manufacturero e industrial de la celulosa y del papel	43
8	Participación en el sector celulósico-papelero en el PIB nacional, industrial y manufacturero	45
9	Mano de obra utilizada en la industria de la celulosa y del papel	46
10	Papel para escritura e impresión (miles de toneladas)	50
11	Exportación por tipos de papel (toneladas métricas)	53
12	Importaciones de la industria manufacturera (papel y cartón) de 1997 a 2004	109
13	Importaciones y exportaciones de la industria manufacturera de Guatemala 1997-2004	110
14	Ventas Trade PaperMex, S.A. de C.V.2000-2004	135
15	Participación de las importaciones en el mercado de Guatemala (papel y cartón) en el 2004	140
16	Comparativo entre la demanda y oferta total (mercado de papel y cartón) de Guatemala	142
17	Demanda insatisfecha mercado de papel y cartón Guatemala	143

Esquemas

Número	Nombre	Página
1	Tareas de la logística de exportación	79
2	Elementos que conforman la mezcla de mercadotecnia	81
3	Organigrama de la empresa Trade PaperMex, S.A. de C.V.	115
4	Factores para el éxito en la exportación	137

Bibliografía

Lerma Kirchner, Alejandro E., Comercio Internacional, Edit. Ecafsa (3ª Ed.), México, 2002.

Nicolás Jany, José, Investigación Integral de Mercados, Edit. Mc Graw Hill (2ª ed.), México, 2002.

Martínez Vera, Rogelio, Legislación del Comercio Exterior, Edit. Mc Graw Hill (2ª ed.), México, 2002.

Minervini, Nicola, Manual del Exportador (la ruta y los instrumentos para la internacionalización de la empresa), Edit. Mc Graw Hill (1ª ed.), México, 1996.

Mercado, Salvador, Comercio Internacional (incluye tratados de libre comercio), Edit. Limusa (4ª Ed), México 1997.

Hernández Samperi, Roberto y otros, Metodología de la Investigación, Edit. Mc Graw Hill (1ª ed.), México, 1991.

Silvestre Méndez, José, "Problemas económicos de México", México, Mc Graw Hill (4ª. Ed.), 2000.

Ortiz Wadgyamar, Arturo, "Introducción al comercio y finanzas internacionales de México", México, Editorial Nuestro Tiempo (8ª Ed.), 1999.

"Guía básica del exportador", México, Banco Nacional de Comercio Exterior (10ª. Ed.) , 2003.

www.inegi.gob.mx, Instituto Nacional de Estadística Geografía e Informática.

www.ine.gob.gt , Instituto Nacional de Estadística de Guatemala.

www.mineco.gob.gt , Ministerio de economía de Guatemala.

"La clave del Comercio", México, Banco Nacional de Comercio Exterior (1ª. Ed.)