

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MÉXICO

FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES

LA MICROEMPRESA Y SU CONTRIBUCIÓN A LA
EXPORTACIÓN EN MÉXICO: ESTUDIO DE CASO DE
UNA MICROEMPRESA COMERCIALIZADORA

TESIS
QUE PARA OBTENER EL TITULO DE:
LICENCIADO EN RELACIONES INTERNACIONALES
PRESENTA:
LILIANA ARELI CASTILLO ESQUIVEL

ASESOR: MTRO. ARTURO ORTIZ WADGYMAR

**.MÉXICO D.F.
2005**

MAYO



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

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

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

AGRADECIMIENTOS

Deseo expresar mi más sincero agradecimiento a la **Universidad Nacional Autónoma de México** por darme la invaluable oportunidad de estudiar y convertirme en profesionista.

A la **Facultad de Ciencias Políticas y Sociales** le agradezco me haya enseñado el valor de pertenecer a una comunidad universitaria con una visión humanista y social.

A cada uno de mis profesores les expreso mi admiración y respeto por la gran labor que realizan en cada una de las aulas de la UNAM y hago extensivo mi reconocimiento y agradecimiento a cada uno de ellos. **A todos mis profesores...Mil gracias.**

De manera particular agradezco al **Profesor Arturo Ortiz Wadgymar** por ser uno de mis profesores en la Facultad y por aceptar ser mi asesor de tesis. Le doy las gracias por su ayuda, consejos, tiempo, paciencia, dedicación, por el material que hizo llegar a mis manos, por sus comentarios que nutrieron y mejoraron mi trabajo, por las interesantes conversaciones que mantuvimos durante el desarrollo de mi investigación y por enseñarme y ayudarme a ser mejor profesionista y universitaria. **Profesor Arturo Ortiz Wadgymar...Mi más sincero agradecimiento.**

También agradezco a la **Profra. Irma Manrique Campos, Profra. Laura Ramírez Apaez, Profr. Juvencio Wing Shum y al Profr. Pedro Medina Rodríguez**, por dedicar parte de su tiempo a la revisión de mi trabajo y contribuir con sus comentarios al mejoramiento de mi tesis. Gracias por su paciencia y dedicación. **A cada uno de mis revisores de tesis...Gracias.**

Gracias a la **Universidad Nacional Autónoma de México** por darme el privilegio y honor de pertenecer a la máxima casa de estudios de México y por ayudarme a concluir uno de mis más grandes sueños.

"POR MI RAZA HABLARA EL ESPIRITU"

!!!ORGULLOSAMENTE UNAM!!!

AGRADECIMIENTOS Y DEDICATORIAS

Dios gracias porque sin tu amor y bondad no habría llegado a la meta.

Leticia gracias con el corazón por ser mi mayor ejemplo en la vida, por enseñarme a través de tu amor que las cosas se pueden lograr, por tu dedicación y sabiduría, por tus desvelos y consejos, por ser mi amiga y por apoyarme en toda situación y momento. Gracias por enseñarme que en la vida es importante saber caer, pero lo es mucho más tener valor y coraje para ponerse de pie otra vez y continuar. A ti mami, jamás tendré manera de pagarte todo lo que has hecho por mi, gracias por amarme incondicionalmente y tenerme siempre en tu corazón...

Mamá te amo con toda mi alma y te dedico este trabajo con profunda admiración y respeto. ¡Gracias por estar aquí y compartir conmigo este logro!

Mariana eres mi mejor amiga, te agradezco ser mi hermana y el que siempre estés a mi lado apoyándome en todo. Gracias por ser mi incondicional y enseñarme que la vida es mejor si tienes con quien compartirla, este trabajo es para ti, porque tu también formas parte de este sueño y eres al igual que mi madre uno de los pilares que me sostienen en pie y que me motivan a ser mejor, por tus consejos y amor. **¡Te amo con todo mi corazón!**

André Lesath, eres mi alegría y a pesar de que no eres mi hijo, te siento muy cercano a mí. Gracias por cambiarme la vida y convertirme en tía, por darme la hermosa oportunidad de verte crecer y aprender de ti todos los días. En este momento eres muy pequeño, pero llevas en ti las ganas de crecer y aprender de todo y todos los que te rodeamos, nunca pierdas tu capacidad de sorprenderte ante las cosas nuevas, cada momento vivido es una riqueza que te dará con el paso del tiempo la experiencia necesaria para enfrentar nuevos retos en tu vida. Espero que el estudio sea parte de tu crecimiento y que en el futuro nos des la enorme satisfacción de verte como un profesionalista y un hombre de bien. Gracias por motivarme y ayudarme a ser mejor ser humano, este trabajo también es para ti, ya que eres parte muy importante de él. **¡Gracias André por hacerme inmensamente feliz...Eres un ángel, una bendición, te amo mi amor chiquito!**

Nicolás y María, gracias por enseñarme que el amor puede ser eterno, por su cuidado y apoyo, hoy les dedico con amor este trabajo...**Gracias por ayudarme a llegar a mi meta. ¡Abuelos los adoro! Gracias a mi familia Esquivel Alonso: Guadalupe, Virginia, Gloria, Javier, Jorge y Edgar** por ayudarme a dar un paso más en mi vida. Les dedico con especial cariño este trabajo a mis primos **Javier, Alejandro, Omar, Daniela, Alberto Joel, Eric, Daniel, Alberto, Fernando, Mario, Diana, Ma. Fernanda, Karina y Guadalupe,**

esperando este sea el inicio de muchas satisfacciones futuras para nuestra familia. **¡Los quiero mucho enanos!**

Gracias César Vargas por ser un apoyo para nosotras y ser parte de nuestra familia, por querernos y cuidarnos, por amar a mi madre y a André, con especial afecto te dedico este trabajo ya que sin ti no lo hubiera logrado. **¡De corazón mil gracias!**

Gracias Manlio Deneb Miranda Vázquez por ser parte de mi, por ser mi apoyo y estar siempre a mi lado, gracias por ser un motivo más en mi vida para sonreír y ser feliz. Gracias con el corazón por ayudarme a cumplir esta meta, por enseñarme que puedo ser mejor y por amarme día a día. Te dedico este trabajo, ya que también es parte de tu esfuerzo porque comenzamos a caminar juntos desde hace mucho tiempo y siempre has estado presente compartiendo conmigo mis días de lluvia y de sol. Gracias por impulsarme, ayudarme a salir adelante y por no dejarme caer. Gracias por tu infinito amor, por creer en mí y confiar en que lo lograría. *Mi amor: Estas a mi lado... cuando llueve en mí...cuando quiero sol...cuando quiero sol!!!* **Te amo**

Gracias Dra. Silvia Vázquez por sus consejos y cariño, por motivarme a seguir adelante y por ayudarme e encontrar muchas de las respuestas en mi interior. **Gracias Claudia Miranda y Erik Soria** por su apoyo y afecto en todo momento.

Agradezco a mis queridos amigos: **Rocío Núñez, Fernando Nape y Alejandro Altamirano** por hacer de nuestra amistad algo muy especial. **Mil gracias por su cariño.**

Gracias **Evelyn Téllez** por ser una extraordinaria amiga y compañera de universidad, por estar conmigo en las buenas y en las malas y por motivarme a seguir adelante en todo momento.

Gracias **Lucienne Salazar y Liliana Acosta** por demostrarme que las distancias no importan y que ser universitaria es mejor cuando tienes amigas a tu alrededor. **Las quiero mucho a pesar de que estemos tan lejos.** A mis compañeros de la Facultad **Cinthya Yamilé, Alejandro, Rubén, Blanca, César, Luis, Angélica, Moisés, Ricardo y Genaro**, gracias por compartir conmigo este ciclo de mi vida y por hacer de mi estancia en la Facultad algo único. **Sin ustedes no lo hubiera logrado, muchas gracias.**

Gracias Lidia Huitrón por ayudarme a ser mejor y por empezar este sueño conmigo, porque sin tu ayuda no lo hubiera conseguido. **Gracias Penélope Campos** por iniciar conmigo esta etapa en nuestras vidas, por ser mi amiga y por demostrarme que linda puede ser una amistad y a pesar de que el tiempo nos ha cambiado a ambas, siempre tendré en mi mente lo mejor de ti. **Gracias Verónica Pérez** por impulsarme siempre y comprenderme en todo momento, gracias por

ser mi amiga y apoyarme. **Gracias Gerardo Plata** por ser un gran amigo, por tus consejos y apoyo y porque a pesar del tiempo y la distancia nos une gran amistad.

Gracias Roberto Sánchez, Gerardo Miranda y Eduardo Olivares por su sincera e incondicional amistad a lo largo de estos años, gracias por apoyarme y animarme en los momentos difíciles. **Gracias Nadia Rivera, Eduardo Nuñez, Ricardo Miranda y Onofre Pacheco,** por ser simplemente parte de mi historia, por ser mis amigos e iniciar juntos nuevas etapas de vida.

Finalmente gracias a **SERCOMA S.A. de C.V. y sus Directivos** por la colaboración y apoyo que me brindaron en la elaboración de este proyecto y por permitirme tener mayor experiencia y confianza en mi profesión. Gracias por ayudarme a desarrollar mis capacidades y potencial para ser una mejor profesionista. **SERCOMA...Muchas gracias.**

A todos los mencionados: Gracias por ser una parte importante de mi vida y por ayudarme a llegar a la realización de este sueño, a todos ustedes mi cariño y mi sincero y profundo agradecimiento.

CAPITULADO

Introducción	i
1. Consideraciones generales de la globalización económica y comercial	1
1.1 Aspecto económico y comercial de la globalización	2
1.2 Antecedentes de la apertura comercial de México (1940-1982)	4
1.3 Organismos Internacionales relacionados con la actividad comercial	6
1.3.1 Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio Exterior (GATT)	7
1.3.2 Organización Mundial de Comercio (OMC)	9
1.3.3 Organización de Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE)	10
1.3.4 Consejo de Cooperación Aduanera (CCA)	11
1.4 Nomenclatura Arancelaria de Bruselas (NAB): Antecedente del Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías	12
1.5 Tratados de Libre Comercio suscritos por México	13
1.6 Elementos importantes en el intercambio comercial internacional	18
1.6.1 Contrato de compra-venta internacional	18
1.6.2 Términos de Comercio Internacional (Incoterms)	20
1.6.3 La Carta de Crédito	25
2. Reglamentación del régimen de exportación en México	30
2.1 Concepto de exportación	30
2.2 Política comercial	32
2.3 Artículos de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos referentes a la exportación	33
2.4 Plan Nacional de Desarrollo	34
2.5 Plan Nacional de Desarrollo Empresarial 2001-2006	35
2.6 Artículos relacionados a la exportación de la Ley de Comercio Exterior	36
2.7 Reglas aplicables a la exportación de acuerdo con el Reglamento de la Ley de Comercio Exterior	38
2.8 Comisión Mixta para la promoción de las exportaciones (Compex)	39
2.8.1 Sistema Nacional de Promoción Externa	40
2.8.2 Establecimiento Anual de Promoción del Comercio y la Inversión	41
2.8.3 Premio Nacional de Exportación	41
2.9 Ley Aduanera	42
2.10 Algunos aspectos relevantes de la exportación contenidos en el Reglamento de la Ley Aduanera	43
2.11 Resolución Miscelánea de Comercio Exterior	44
2.12 Programas gubernamentales de fomento a las exportaciones	45
2.12.1 Antecedentes de los programas gubernamentales de fomento a las exportaciones	45
2.12.2 Estructura actual de los programas de fomento a las exportaciones	46

2.12.2.1 Programa de Importación Temporal para producir Artículos de Exportación (Pitex)	46
2.12.2.2 Programa de Empresas Altamente Exportadoras (Altex)	47
2.12.2.3 Empresas de Comercio Exterior (Ecex)	47
2.12.2.4 Programa para el impulso de la Industria Maquiladora	48
2.12.2.5 Ferias Mexicanas de Exportación (Femex)	49
2.12.2.6 Programas de Promoción Sectorial (Prosec)	49
2.12.2.7 Programa de Devolución de Impuestos de Importación a los Exportadores (Draw Back)	50
2.13 Secretarías de Estado y Organismos Públicos que apoyan la exportación	51
2.13.1 Secretaría de Economía	52
2.13.2 Banco Nacional de Comercio Exterior (Bancomext)	53
2.13.3 Nacional Financiera (Nafin)	54
3. La microempresa en México	55
3.1 Concepto de empresa	56
3.2 Clasificación de las empresas en México	57
3.3 Distribución empresarial en México con base en los datos del Sistema Empresarial Mexicano 2004	60
3.4 La empresa comercializadora	64
3.5 Atributos de la microempresa en México	66
3.5.1 Impacto de la apertura comercial en la microempresa	70
3.5.2 El grado de escolaridad del microempresario	71
3.5.3 La capacitación dentro de la microempresa	71
3.5.4 La competitividad como elemento importante del desarrollo de la microempresa	72
3.5.5 Problemas más frecuentes en la microempresa	74
3.5.6 El financiamiento dentro del sector microempresarial	75
3.5.7 Cierre o desaparición de la microempresa en México	80
3.5.8 El bajo nivel de exportación de la microempresa en México	83
3.5.9 Programas de desarrollo de las MPYMES	84
4. Análisis de la microempresa Servicio en Comercialización Americana S.A. de C.V. (Sercoma S.A. de C.V.)	86
4.1 Antecedentes	86
4.2 Criterios para la categorización de la empresa Sercoma S.A. de C.V.	88
4.3 Datos generales y ubicación de la empresa Sercoma S.A. de C.V.	88
4.4 Organigrama de la empresa Sercoma S.A de C.V.	89
4.5 Revisión de las características de la microempresa aplicadas a la empresa Sercoma S.A. de C.V. y descripción de su problemática particular	90
4.6 Contribución de la empresa Sercoma S.A. de C.V. al fomento de la exportación de productos mexicanos	98
4.6.1 Comportamiento de las exportaciones mexicanas	98
4.6.2 Entorno comercial externo en el que se desenvuelve la empresa SERCOMA S.A. de C.V.	108

4.6.3 Ubicación del mercado destino de la empresa Sercoma S.A. de C.V.	109
4.6.4 Ventajas operativas de la empresa Sercoma S.A. de C.V. al exterior	111
4.6.5 Forma de ingreso al mercado exterior de la empresa Sercoma S.A. de C.V.	111
4.6.6 Productos exportados por la empresa Sercoma S.A. de C.V.	112
4.6.7 Conclusión del análisis de la empresa Sercoma S.A. de C.V.	118
Conclusiones	122
Bibliografía	129
Hemerografía	131
Fuentes en Internet	132

INTRODUCCION

A raíz de la apertura comercial que nuestro país ha realizado de forma paulatina y evidente desde los años 40's y después de reconocer que el *boom petrolero* no era la panacea para aliviar todos los males de nuestra economía en los 80's, se mira a la apertura comercial como el camino a seguir para llevar al país hacia un desarrollo económico equiparable al de las potencias económicas del mundo dentro de la tendencia de la globalización.

México cambió en los 40's las reglas sobre las cuales cimentaba sus relaciones comerciales con el exterior, transformó radicalmente los mecanismos de control existentes para impedir la entrada de mercancía de procedencia extranjera a nuestro país, creando una mayor flexibilidad para llevar su relación comercial con el exterior.

Con excesiva confianza en las *bondades* de la globalización económica y comercial, nuestro país se inserta en una dinámica de intercambio partiendo del supuesto erróneo de que las empresas nacionales se encuentran en igualdad de condiciones para competir con las empresas del exterior, sin considerar que la base empresarial nacional encierra la existencia de problemas serios que le impiden competir en el medio externo y al interior de contribuir de una forma mayor a factores de crecimiento tan importantes como el empleo, el valor agregado, el salario y el incremento de las exportaciones.

Dentro de este panorama, nuestro país asumió el riesgo de exponer su planta empresarial a la competencia desleal, ya que ignoró las asimetrías existentes no solo con las empresas extranjeras, sino las presentes entre la base empresarial nacional.

El discurso oficial presente manifiesta que se pretenden conjuntar esfuerzos por parte del sector público, privado y académico para lograr hacer de las empresas nacionales entidades sólidas capaces de respaldar sus aventuradas afirmaciones de asumirlas como empresas exportadoras, ya que un nivel elevado en la exportación es considerado como un indicador de una economía fuerte, mientras que la realidad demuestra que no existen los elementos necesarios para ello, como lo expresa el Profesor Ortiz Wadgymar al decir que: "...incrementar exportaciones resulta en nuestros días únicamente un buen deseo ya que las potencias cada día afinan su proteccionismo y restringen en mayor grado la entrada de mercancía al exterior."¹

La exportación es una actividad muy importante para el desarrollo y crecimiento de nuestra economía, esta es realizada por las unidades empresariales que son los entes que imprimen el movimiento en la actividad económica, sin embargo a pesar de los beneficios que esta actividad puede generar, no todas las empresas son exportadoras en nuestro país, esta actividad se encuentra muy limitada y estratificada, por lo que su realización está estrechamente ligada al tamaño de la empresa, y en estas condiciones las oportunidades de ingresar a los mercados externos no son las mismas para el total de las empresas establecidas en nuestro país.

¹ Ortiz Wadgymar Arturo, *La pequeña y mediana industrias ante la apertura comercial y el Tratado de Libre Comercio. Los costos de la desprotección industrial en México 1985-1992*, en Revista Latinoamericana de Economía: Problemas del Desarrollo, IIEc, UNAM, México, abril-junio, 1993, p. 58

La globalización económica y comercial, no es percibida como una oportunidad para algunos de los estratos empresariales nacionales, dentro de éste es posible localizar como las entidades más afectadas por dicha apertura a las microempresas, ya que además de ser las unidades más desprotegidas dentro de los esquemas gubernamentales de apoyo y financiamiento, tienen problemas serios y concretos en su interior como sector empresarial en una primera instancia y una problemática específica como unidades individuales e independientes en segundo rubro. Esto las convierte en entidades susceptibles de desaparecer en algunos casos y de operar bajo un ambiente total de desorganización y caos en otros, dando como resultado que estas sean poco productivas o incluso lleguen a la desaparición. La exportación para este sector en particular representa un enorme reto, ya que al ser el sector con mayores deficiencias, este se encuentra fuera de las posibilidades de realizar intercambios comerciales de índole internacional.

La microempresa en México tiene una problemática específica y localizada, sin embargo, desde mi óptica personal considero que no se le ha dado la debida atención y se ignora (aunque en discursos oficiales es muy mencionada), que es el sector más grande dentro de los establecimientos registrados en México, por lo que es posible apreciarla como un elemento potencial tanto de desarrollo -si son mejoradas sus deficiencias y canalizadas sus potencialidades-, como de estancamiento -si no se considera que son unidades productivas capaces de generar empleos, contribuir al salario, al PIB y al efecto multiplicador de la economía nacional.

El desarrollo de este proyecto permite evaluar la importancia de la operatividad, alcance, oportunidad y beneficios que tiene la microempresa en el desarrollo del comercio exterior del país y de nuestra economía. Hay que destacar que existe un número reducido de microempresas que están exportando, a pesar de las condiciones de desigualdad en la que se llevan a cabo los intercambios comerciales de México con el exterior.

Dicho lo anterior, es posible desprender el problema central de esta investigación, que es el de analizar la problemática concreta en la que se encuentra inmersa la microempresa en nuestro país, de tal modo que a partir de esto se obtengan los elementos para demostrar su contribución dentro de las exportaciones que realiza México. Como punto fundamental de su análisis tomé como referencia su interacción con el exterior a través de la exportación, para posteriormente realizar un estudio a una microempresa nacional, la cual se encuentra dentro del sector comercial y que ejemplifica de forma clara la problemática que encierran estas empresas como sector manifestando las deficiencias particulares que enfrenta.

Este estudio pretende ser una contribución al conocimiento de los problemas que la microempresa nacional tiene, por lo que hace del conocimiento público las condiciones en las que se encuentra trabajando en nuestro país. También pone de manifiesto la existencia de microempresas que realizan un gran esfuerzo por incursionar en los negocios internacionales, dentro de un proceso de apertura comercial nacional por un lado y enfrentando los retos y exigencias de la globalización por el otro.

Para la comprensión y análisis de esta problemática, es necesario partir de aspectos generales como la estructura internacional de la actividad comercial, ya que ésta se encuentra regida por distintos organismos, que dotan de conceptos y de un lenguaje propio a esta actividad, así como de reglas de ejecución. El tener este panorama permite ubicar a la microempresa dentro de un escenario internacional, del cual a pesar de ser

entidades empresariales mínimas, están sujetas al cumplimiento de las reglas dictadas por estos organismos de índole comercial e internacional, además de situarlas en el entorno de apertura comercial del que México forma parte.

Al tomar como sujeto de estudio la forma en la que las microempresas interactúan con el exterior a través de la exportación, es necesario ubicarnos en el entorno nacional, puesto que en nuestro país existe una reglamentación específica para realizar esta actividad, la cual se encuentra regida por diversas leyes y reglamentos nacionales y cuenta con la supervisión de distintas autoridades nacionales para llevarla a cabo, por lo que sus reglas y lineamientos son de índole y aplicación general y en este caso en particular, la microempresa está obligada a su cumplimiento.

La problemática de la microempresa fue expuesta de forma general, ya que existe poca literatura que hable de ellas como sector de forma específica, por lo que su documentación fue a partir de los estudios existentes sobre el bloque de empresas conocidas como MPYME (micro, pequeña y mediana empresa), lo que otorgó elementos suficientes para elaborar un escenario sobre su situación y las herramientas necesarias con las cuales fue realizado el estudio de caso, ya que la información expuesta brinda el escenario presente en el que se desenvuelve este importante sector empresarial, y analiza su estructura, problemática y comportamiento. Este panorama situacional del cómo se desarrolla la microempresa en México, generó los parámetros y los instrumentos de análisis y diagnóstico a las que fue sometida la empresa analizada. Cabe hacer la acotación que la empresa analizada es una microempresa comercializadora, por lo que se abordó de forma breve su composición, tipo de operaciones que realiza y de forma específica su vínculo con el intercambio comercial internacional de México.

Para el desarrollo de esta investigación fue importante dar a conocer la situación en la que se encuentra operando una microempresa, tomando como sujeto de análisis a una empresa existente, dedicada en su mayoría a operaciones de índole comercial internacional y que pertenece al sector microempresarial, lo que además de ser un ejemplo claro del problema analizado, se convierte en una unidad de estudio que permite la evaluación y comprobación de hecho de la problemática abordada en este estudio.

Esta investigación parte de la aproximación a la problemática general de la microempresa y de un panorama de acción amplio, para concluir con el análisis de una mínima unidad que se desarrolla dentro de un medio complejo y cambiante, poniendo de manifiesto las difíciles condiciones en las que la microempresa busca subsistir y seguir trabajando en nuestro país.

Las hipótesis de esta investigación se concentran en la microempresa y fueron expresadas de la siguiente manera:

- ❖ La microempresa mantiene un constante intercambio de bienes y servicios tanto al interior como al exterior del país. Es también el medio a través del cual los pequeños productores nacionales pueden introducir sus productos en los mercados que se encuentran más allá de nuestras fronteras.
- ❖ La microempresa cuenta con la capacidad y los elementos necesarios para hacer crecer la economía por medio de la exportación.
- ❖ La microempresa es un instrumento para promover e intensificar el comercio internacional, creando nuevas corrientes comerciales y agiliza el proceso de exportación.

- ❖ La microempresa es un sujeto indispensable dentro de las operaciones de comercio exterior.
- ❖ La microempresa es un sector clave para incrementar el crecimiento económico nacional.
- ❖ La microempresa es un sector empresarial que participa en la internacionalización a través de empresas competitivas, capaces de adaptarse, satisfacer y atender las exigencias en las que se desarrollan actualmente las operaciones de comercio exterior.

La realización de esta investigación se basó en el uso de herramientas metodológicas documentales, obteniendo la información necesaria de fuentes bibliográficas y hemerográficas. También fue necesario usar instrumentos de la investigación de campo como son la observación estructurada y participante, ya que mucha de la información procesada fue obtenida a partir de una apreciación personal del sujeto de estudio y de su problemática.

Posteriormente fueron utilizadas las características de la microempresa obtenidas de la revisión de la problemática del sector, las cuales fueron aplicadas primeramente a la observación, con el objetivo de dirigirla hacia puntos específicos que arrojaran datos para este estudio; en segundo lugar los atributos identificados fungieron como parámetros de medición que fueron aplicados de forma directa a la empresa analizada.

En relación con la observación aplicada al objeto de estudio esta fue de tipo participante, ya que se tuvo la oportunidad de colaborar hacia el interior de la microempresa, con lo que la revisión fue cercana y no sólo se trabajó con la recopilación de datos que la empresa realizó o con los comentarios que el empresario quisiera compartir y exponer.

Estos atributos le conceden a la presente investigación el carácter de investigación de campo, lo que permitió que se elaboraran cuadros, esquemas y conceptos propios para darle una estructura a la información analizada y presentada.

A su vez se emplearon en la investigación herramientas como la entrevista abierta, ya que a partir de la información recopilada y de la lectura de cuestionarios específicos dirigidos a la microempresa (que fueron leídos previamente) , estos elementos fueron la base sobre la cual se realizaron pláticas (entrevistas) de tipo informal con distintos actores que tienen relación con la unidad de análisis, por lo que estas entrevistas a pesar de ser libres por la nula formalidad con las que se realizaron y por parecer no tener un orden en la formulación de los cuestionamientos, implícitamente llevaron una dirección, además de que el ser realizadas de esta manera permitió que las opiniones expresadas de los entrevistados dejaran ver de una manera más clara sus opiniones, ideas y percepciones sobre la situación en la que están viviendo tanto empresarios como empresas.

Como punto final de las herramientas empleadas en la realización de esta investigación se encuentran las informáticas y varias fuentes de información electrónicas.

Este estudio termina con la presentación de mis conclusiones generales, en las cuales retomé las hipótesis formuladas en un principio para presentar un balance de su comprobación en la realidad.

***“La microempresa y su contribución a la exportación en México:
estudio de caso de una microempresa comercializadora”***

La exportación para cualquier país es una actividad comercial fundamental para la generación de ingresos. La exportación es la realización de una venta de determinado producto más allá de nuestras fronteras, por lo que implica la interacción de agentes nacionales con agentes de índole internacional.

La exportación en México se encuentra regulada por diversas leyes y reglamentos, ya que se trata de una actividad que se realiza en un mercado exterior, por lo que la incidencia en los resultados que nuestro país pueda obtener de la práctica de dicha actividad es fundamental para su desarrollo. Esta actividad es realizada por los entes empresariales nacionales, es decir, que las encargadas de realizar esta actividad son las empresas en nuestro país.

La estructura empresarial nacional pone de manifiesto la existencia de cuatro categorías: micro, pequeña, mediana y grande empresa que permite ubicarlas dentro de un panorama general nacional. Al analizar su estructura es posible apreciar que la mayoría de las empresas en México pertenecen a la categoría de microempresa; por lo que al vincularla con la actividad de exportación, los resultados de su incidencia en el desarrollo de esta actividad son incipientes y desproporcionados en relación al número de empresas que pertenecen a esta categoría en México.

Lo anterior hace evidente la nula participación que tiene este sector en tan importante actividad comercial, sin embargo a través de la realización del estudio de caso, es posible demostrar que también existen microempresas que están incursionando en los mercados internacionales a través de la exportación.

La microempresa se convierte en el sujeto principal de estudio, ya que la realización del estudio de caso permitió detectar las características propias de este sector, así como; hacer una revisión de los factores que posee a su favor y en contra para mejorar su desarrollo.

Finalmente en la realización de esta investigación, es posible apreciar la aportación por parte del sector microempresarial en la realización de una actividad tan importante para nuestro país como lo es la exportación.

CONSIDERACIONES GENERALES DE LA GLOBALIZACION ECONOMICA Y COMERCIAL

La globalización es una tendencia actual que influye en diversos aspectos del acontecer de los países. Uno de los ámbitos en los cuales es posible percibirla con mayor claridad es el comercial, en este sentido es posible apreciar los movimientos que países como el nuestro han realizado hacia la apertura comercial con el exterior.

Es importante que dicha apertura sea conceptualizada para una mayor comprensión de las acciones que nuestro país ha decidido llevar a cabo en esta dirección y por ello se empleará el concepto elaborado por el experto en la materia Profr. Ortiz Wadgyamar que a la letra dice: "Por apertura de la economía mexicana debemos entender la modificación estructural de la política comercial de México, que tiene como propósito eliminar la protección que se aplicó desde 1940 a la industria establecida en territorio nacional. Tal cosa con el objeto de facilitar mediante la aplicación de aranceles bajos la entrada de mercancías del exterior que anteriormente estaban limitadas por los llamados Sistemas de Permisos Previos. ...Por apertura al exterior debemos entender a su vez la aceptación oficial para que en igualdad de condiciones la industria y la agricultura nacional, compitan con las mercancías del exterior, ya que se considera que ambas están a los niveles de la madurez que les permitirá dar la batalla internacional...A su vez queda implícito en los planteamientos, la necesidad de abogar por el libre comercio y por la eliminación de prácticas desleales de comercio..."¹

La actividad comercial que los países realizan unos con otros está regida por diversas reglas. Dichas regulaciones han surgido de un consenso general y estas han sido aceptadas por los países para el mejor desempeño de las actividades de intercambio comercial.

Existen diversos organismos de índole comercial y de carácter internacional, cada uno de ellos está especializado en un área particular del comercio, por lo que sus intereses y alcances están distribuidos en distintas ramas dentro de una misma actividad.

Para el desarrollo de esta investigación es muy importante presentar dicha organización, ya que el desarrollo de las entidades empresariales de nuestro país, independientemente del sector y categoría a la que pertenezcan están sujetas al movimiento que estos puedan ejercer, puesto que las obligaciones que México nuestro país adquiere ante estos organismos influyen en el desenvolvimiento de las empresas nacionales.

¹ Ortiz Wadgyamar, Arturo, *Introducción al comercio y finanzas internacioanles de México*, Nuestro Tiempo, México, 1999, p. 161

1.1 Aspecto económico y comercial de la globalización.

Para que nuestro país entrara en la nueva dinámica económica fue necesario que formara parte de la reciente tendencia conocida como globalización.

Podemos definir a la globalización como el proceso que ha cambiado la forma en la que operan las relaciones entre los distintos países a nivel mundial, en donde es de suma importancia la dimensión económica de las relaciones existentes entre los mismos.

La mayoría de los países y entre ellos México "se han abierto más a las fuerzas económicas, políticas y culturales del exterior y la actividad económica se integra cada vez más a nivel internacional, proceso al que suele darse el nombre de 'globalización'".²

Como consecuencia del acelerado desarrollo social, económico, científico, técnico y comunicacional que se ha registrado en los países más avanzados, las estructuras y dinámicas practicadas por los países para interactuar unos con otros han cambiado convirtiéndose en requisitos indispensables si desean ingresar al mundo global.

En un mundo global existe una mezcla de factores culturales, tecnológicos, ambientales, políticos y económicos todos estos sumamente importantes. El mundo globalizado ya no reconoce las fronteras estatales, ya que cualquier evento tiene repercusiones mundiales, originando una ampliación de las dimensiones y consecuencias de las relaciones entre los países; lo que puede traducirse en el carácter mundial del sistema internacional y la naturaleza general y común de sus problemas y en consecuencia de sus soluciones.

La globalización ha generado intereses comunes, valores comunes y requisitos comunes que deben ser compartidos y aceptados por los países dentro de esta nueva interacción.

Un requisito indispensable para que los países participen en un mundo global es la apertura de los integrantes de la comunidad internacional hacia el exterior.

En el aspecto económico de la globalización y que está estrechamente relacionado con la actividad comercial desempeñada por cada uno de los países, se encuentran las siguientes características:

- ❖ Revolución financiera: que se ve reflejada en la desregulación de los mercados monetarios.
- ❖ Desarrollo de las comunicaciones: permiten la realización de las operaciones comerciales de manera inmediata, así como el intercambio de información de toda índole.
- ❖ Transferencias comerciales: que se realizan por vía electrónica en poco tiempo.
- ❖ Internacionalización: venta y producción en las principales regiones económicas del mundo.
- ❖ Sistema internacional de finanzas de tipo transfronterizo, rápido y que se encuentra abierto las 24 hrs. del día.

² Rodríguez Valencia, Joaquín, *Administración de pequeñas y medianas empresas e exportadoras*, ECAFSA, México, 2001, p. 13.

El aspecto comercial de la globalización está determinado y plenamente identificado por el libre comercio, esto permite que individuos y compañías compren y vendan en un mercado mundial o global. Este mercado global tiene las siguientes características: “creciente flexibilidad de la producción, que se combina con una gran diversidad de productos que se ofrecen en cualquier momento y la creciente innovación y el desarrollo de nuevas generaciones de productos y de cambios tecnológicos” .³ A estos aspectos hay que adicionar la facilidad de sustitución de un producto por otro, la innovación existente genera ciclos más cortos de los productos en el mercado y de forma significativa la reducción de tiempo y costos ha permitido la creación y producción de nuevos productos. Por lo tanto, en el sentido antes descrito, la globalización se encuentra concentrada en la producción en masa, abarcando los aspectos de la producción y el consumo, generando mercados receptores de productos estandarizados internacionalmente.

Este proceso de apertura también genera una competencia por los mercados de forma global, en la que si los países quieren ser atractivos y ser competitivos deben otorgar beneficios para atraer a la inversión extranjera y a la producción industrial, por lo que deben otorgar ciertas ventajas a las empresas en el aspecto fiscal, así como ofrecer mano de obra capacitada y a bajo costo e infraestructura moderna para su establecimiento y desarrollo dentro del país elegido para la instalación de sus industrias.

La globalización otorga de manera general e innegable un mercado mundial abierto las 24 horas del día, en el cual la producción, la inversión y los servicios deben estar basados en el principio de la oferta y la demanda, que genera una expansión e intensificación del comercio internacional.

En el mercado global el comercio exterior o la actividad comercial se basa en la provisión y libre movimiento de productos terminados e insumos, para su distribución y comercialización más allá del país en donde fueron elaborados.

La globalización incrementa masivamente el número de compradores y vendedores que participan en el mercado, con la condición de producir sólo artículos de calidad a precios competitivos y cumpliendo estándares internacionales.

La participación de México dentro de este nuevo juego llamado globalización se ha dado de forma segmentada y periódica, pero encaminada desde el principio a la apertura comercial de nuestro país, fomentando e incrementando la actividad comercial hacia el exterior. A partir de los años 80's, México abandonó la política de sustitución de importaciones por una de fomento a las exportaciones del sector manufacturero, por lo que el gobierno aumentó unilateralmente la apertura comercial mediante la disminución arancelaria, la eliminación de cuotas y el posterior acceso al GATT, OMC y TLC.

La apertura comercial que nuestro país ha realizado no sólo se ve reflejada en el aspecto arancelario de cada uno de sus productos, sino en una activa y constante participación en los organismos internacionales competentes, en la formación de bloques comerciales, en la firma de Tratados de Libre Comercio (TLC) y en los Acuerdos de Complementación Económica (ACE).

³ Dussel Peters, Enrique, *Pensar globalmente y actuar regionalmente: Hacia un nuevo paradigma industrial para el Siglo XXI*, UNAM, México, p.14.

1.2 Antecedentes de la apertura comercial de México (1940-1982).

Es conveniente señalar que en el periodo de 1940 a 1982 nuestro país dirigía su política comercial externa hacia enfoques netamente proteccionistas, lo cual quiere decir que se tenían controles cuantitativos, cualitativos y administrativos para la importación de mercancías, con el objetivo de proteger a la industria nacional productora de los productos importados. En 1983 se da un giro en la conducción de esta política comercial hacia el exterior, ya que esta se encontró direccionada hacia el librecambismo, que es el abrirse a la competencia externa, concediendo el libre acceso a las importaciones.

Los años cuarenta marcaron el comienzo de la industrialización del país y la Segunda Guerra Mundial permitió que las exportaciones de productos mexicanos se incrementaran; pero en el mismo periodo, se desató una escasez de los productos que se importaban, lo que obligó a los productores nacionales a realizar la sustitución de los productos que importaban que en estos años fueron productos de consumo final.

Nuestras autoridades con respecto al comercio, decidieron que esta sustitución continuara una vez que la guerra terminara, por lo que adoptaron una política doméstica de apoyo, la que más tarde se conoció como política proteccionista.

Un aspecto distintivo de esta situación se notó en la aplicación de los aranceles, ya que mientras en los años veinte y treinta, los aranceles a las importaciones eran solamente fiscales, para los años cuarenta, estos tenían como objetivo fundamental la protección de las industrias domésticas de la competencia del exterior, ya que los aranceles fueron elevados con el propósito de proteger a las industrias manufactureras locales.

Entre 1946 y 1955, se registraron desequilibrios graves en la balanza de pagos, por la aplicación de la política de protección a la industria. Para resolver los problemas registrados en esta, se acudió a la elevación de los aranceles, y fue cuando se utilizaron como instrumento adicional de la política comercial los permisos de importación, cuyo funcionamiento era la protección de la industria.

Dentro de las políticas de protección a la industria empleadas durante estos años encontramos: políticas fiscales de incentivo a la inversión productiva; políticas de subsidio destinados a la producción de determinadas ramas industriales, así como las de carácter arancelario mencionadas anteriormente.

Durante 1947, el sistema arancelario, hasta entonces estructurado en términos de tasas específicas fue modificado mediante la introducción de tasas ad-valorem aplicadas sobre la base de precios oficiales, que difieren de los precios reales que se aplican a las transacciones comerciales. En 1949 se estableció la "Comisión Ejecutiva de Aranceles", integrada con representantes de los sectores público y privado, con el propósito de definir una política arancelaria y presentar recomendaciones sobre los niveles arancelarios a la Secretaría de Hacienda. La política arancelaria de manera simple planteaba lo siguiente: aranceles bajos para materias primas, maquinaria, equipo y ciertos tipos de bienes de consumo esencial; y aranceles elevados para bienes de consumo suntuarios.

La aplicación de este modelo arrojó resultados negativos para el país, ya que el carácter exclusivo y permanente de su estructura proteccionista y el arancel, al actuar conjuntamente con los permisos de importación generó una protección excesiva y creó a

la industria un mercado cautivo, en el que la empresa operaba ineficientemente, sin preocuparse por la utilización del total de su capacidad instalada y de tecnologías adecuadas. Esto generó altos costos, lo que no sólo frenó la exportación de manufacturas, sino también la de bienes primarios que utilizan insumos industriales y que siguieron representando el grueso de las ventas al exterior.

A mediados de los cincuenta y hasta 1970, la política de comercio exterior presenta cambios ya que los instrumentos de esta política son manejados de distinta manera, esta etapa se conoce como el "Desarrollo Estabilizador" y representa en buena medida, la instrumentación práctica de un modelo de desarrollo en el que la política económica gira alrededor de estímulos a la iniciativa privada y a la gran participación del sector público en la economía.

Durante esta fase, fue el Sector Industrial el que imprimió mayor dinamismo al resto de la economía, la característica primordial de dicho periodo es que mientras la sustitución de importaciones se centró en bienes de consumo final, en este se inició una sustitución de bienes intermedios y de capital, que incide de forma directa en el proceso productivo y está ligada a la política de aumento a la producción y productividad y a la búsqueda de mayor autonomía tecnológica productiva. El "Desarrollo Estabilizador" también conocido como el periodo de "Sustitución de Importaciones" trajo consecuencias negativas, ya que mientras se fomentaba el crecimiento del sector industrial, no se tomaron en cuenta los costos asociados que son los que se refieren a los diversos gastos y desembolsos que están relacionados con un tipo de operación productiva, comercial o de servicios, y aunque no están directamente vinculados en la fase principal, si son imprescindibles para su operación.

En esta etapa se presenta uno de los más grandes desequilibrios de la economía, ya que por un lado las exportaciones fueron perdiendo gradualmente competitividad, debido a que nuestra moneda se encontraba sobrevaluada y manejábamos una paridad fija; y porque en este periodo no existía una política de fomento a las exportaciones, aunado a que el efecto multiplicador del crecimiento industrial, provocó que el volumen de importaciones se incrementara de manera cuantiosa.

Las políticas de comercio exterior en este periodo se manejaron, a base de modificaciones a los aranceles, precios oficiales de los artículos objeto de comercio exterior, permisos previos o licencias de importación. Un ejemplo claro de este aspecto es que mientras en 1947 solo estaban sujetos a control el 1% de los bienes importados, en 1966 requerían permiso previo el 60% de las once mil fracciones arancelarias de importación, en 1970 llegó a 68.3% y en 1975 abarcó el 100% de las fracciones arancelarias.

Es importante hacer notar que los permisos de importación se utilizaron de forma intensa, dentro de los criterios que permitían su autorización encontramos los siguientes:

- ❖ Que fuesen bienes que no se produjeran en el país.
- ❖ Que la producción nacional no abasteciera por entero al mercado interno.
- ❖ Que existiera escasez temporal de la oferta y debiera satisfacerse con importaciones, y
- ❖ Que las mercancías de origen nacional no sustituyeran a las extranjeras, en términos de precios, calidad y oportunidad de entrega.

Para el periodo de 1979-1985 nuestra economía se basa en los ingresos obtenidos por la venta de petróleo, esta etapa es conocida como el “Boom Petrolero”, esto incremento las exportaciones petroleras de forma cuantiosa, pero a su vez las importaciones crecieron rápidamente, lo que hizo que las exportaciones perdieran competitividad. Nuestra economía experimentó una vertiginosa caída, al momento en el que los precios del petróleo en el mercado internacional se desplomaron en 1982.

Para 1982 las categorías de importación estaban sujetas a permiso, a su vez se preparaba el camino para el ingreso de México al GATT, lo cual condujo de forma paulatina a que los productos se encontraran sujetos a control

En 1986 se eliminaron los permisos para algunos alimentos, productos de madera, muebles metálicos, cierta maquinaria eléctrica y no eléctrica y algunas partes. La cobertura de permisos sobre producción interna descendió de 47.1% a 39.8%, sumando a esto que la estructura arancelaria sufrió cambios importantes y para 1988 el promedio de la reducción en los aranceles era del 28.5% al 24.5%.

En el transcurso de 1987 se removieron los permisos para bebidas, medicinas, cosméticos, artículos de plástico y calzado, algunos equipos electrónicos, aparatos electrodomésticos y juguetes, entre otros. En abril de 1988 las prendas de vestir fueron liberadas, dejando solo bajo control el 23% de la producción interna.

En este mismo año, las tasas arancelarias se redujeron a la mitad de su valor anterior, lo cual situó la tasa máxima en 20% frente a la de 30%. Así que el promedio arancelario bajó de 22.97% a sólo 11.8%

Después de la desgravación arancelaria de diciembre de 1987, el carácter restrictivo del régimen arancelario mexicano era comparable al de los principales países avanzados.

La desgravación si bien incrementó las importaciones, también permitió de forma indirecta el aumento de las exportaciones incluyendo las no petroleras. En 1982 el comercio exterior estaba sustentado en las exportaciones petroleras que representaban el 76% de las ventas al exterior, mientras que las exportaciones de bienes alcanzaban el 23.4%. Actualmente las exportaciones no petroleras son del 68.8% de nuestro comercio exterior, mientras que las de petróleo ocupan el 30.2%.

1.3 Organismos Internacionales relacionados con la actividad comercial.

Después de la Segunda Guerra Mundial el mundo experimenta una división provocada por la adhesión de los países a uno de los polos existentes en esa época, es decir el Bloque Socialista, representado por la Unión Soviética y el Bloque Capitalista encarnado por los Estados Unidos de América. Esta bipolaridad repercutió en las relaciones económicas a nivel internacional, ya que antes de 1948, las economías del mundo se encontraban negociando y preparando el nuevo orden que privaría en el mundo en materia comercial. Dichos acuerdos se encontraban plasmados en un documento conocido como la “Carta de la Habana” en la que los temas principales eran:

- ❖ Política Comercial.
- ❖ Acuerdos Internacionales.
- ❖ Establecimiento de una Organización Internacional de Comercio (O.I.C.) que funcionara como agencia de la ONU para normar el comercio mundial

Esta carta no fue ratificada, debido a que en 1948 estalló la “Guerra Fría” y Estados Unidos de América rompió relaciones con sus antiguos aliados, por lo que a pesar de que este país fue uno de los principales promotores de este acuerdo no lo ratificó. Sin embargo, este documento es considerado el antecedente de lo que hoy conocemos como GATT.

1.3.1 Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio Exterior (GATT).

El Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio Exterior (GATT) fue la culminación de un largo proceso de negociación internacional tendiente a buscar acuerdos y normas en las relaciones internacionales. Es un acuerdo que pretende institucionalizar el comercio internacional para ponerlo a trabajar a favor de uno o varios Estados, estableciendo pautas y normatividad en esta materia y dando las bases para la nueva configuración económica.

Es importante destacar que sólo podrán beneficiarse de los acuerdos del GATT, aquellos países que expresen la aceptación de los mismos, ya que tales acuerdos no son imposiciones para los países que forman parte del GATT.

Las premisas básicas del acuerdo son las siguientes:

- ❖ Trato de la nación más favorecida.
- ❖ Principio de no discriminación.
- ❖ Transparencia en la utilización de las reglas internas de política comercial de cada país miembro.

El Artículo I determina que por “Trato de la nación más favorecida” se entiende que cualquier favor o ventaja que un país miembro otorgue a cualquier otro país, se hará inmediata e incondicionalmente extensivo a cualquier otro país miembro.

El Artículo II del Acuerdo establece el “Principio de no discriminación” y que consiste en establecer que cualquier mercancía importada no será objeto de un trato inferior o menos ventajoso que el otorgado a un artículo igual o similar de producción interna. Se trata de evitar que se proteja así la producción nacional en perjuicio de las importaciones.

La Transparencia en la utilización de las reglas internas de política comercial de los países integrantes del acuerdo, está basado en la buena voluntad y en el apego a derecho de las entidades de índole comercial de cada país miembro, así como de las autoridades aduaneras en la realización de sus actividades.

La forma en la que se establecen las normas y acuerdos de este organismo es por medio de “conferencias” que son reuniones internacionales en las que se tratan temas de interés común y “rondas” que son reuniones internacionales que toman como punto de

partida las conferencias previas, pero en éstas se establecen negociaciones sobre los temas de interés común tratados anteriormente, en las que participan los países miembros del GATT.

México fijó su posición en torno al comercio exterior en la "Ronda Tokio" que se llevó a cabo en 1973, entre los aspectos más relevantes para nuestro país se encontraban los siguientes:

- ❖ Barreras no arancelarias y códigos de conducta: en este sentido México manifiesta que dichas barreras son elementos restrictivos y de distorsión del comercio, por lo que proponen su eliminación o bien la creación de reglas claras para su reglamentación y aplicación, ya sea por medio de códigos de conducta u otras medidas.
- ❖ Salvaguardia: este punto se refiere a que el Artículo XIX del Acuerdo autoriza a los miembros del GATT a adoptar medidas de salvaguardia, para proteger a una rama de la producción nacional de aumentos imprevistos de las importaciones que puedan causar perjuicio grave a la rama que se está protegiendo.
- ❖ Productos Agropecuarios: este es un punto de suma importancia para países en vías de desarrollo como México, ya que gran parte de sus ingresos dependen de la exportación de productos agropecuarios.
- ❖ Incorporación de los principios de no reciprocidad, no discriminación y tratamiento preferencial del GATT: nuestro país propone que estos principios deben integrarse al Acuerdo, y deben ser parte del proceso de negociación, así como no tratamientos preferenciales o diferencias a su favor.
- ❖ Incorporación de los países en desarrollo a la economía mundial: México hace la propuesta para que dentro de este proceso de reorganización del comercio mundial, los países en desarrollo tengan la oportunidad de incorporarse a este proceso de forma plena e igualitaria.

En 1958 nuestro país solicitó de manera formal su adhesión al Acuerdo, ya que era observador en el proceso del mismo, por lo que en 1986 México se convierte en miembro del GATT, dentro de la "Ronda Uruguay" que se llevó a cabo en septiembre de ese año

En esta Ronda se redactó la "Declaración de Punta del Este", en la cual sus principales objetivos fueron lograr una mayor liberalización del Comercio Mundial, actualizar y reforzar las normas del GATT y extender su ámbito de aplicación a nuevas áreas del comercio internacional como la agricultura, los textiles, las medidas de inversión, los servicios y la propiedad intelectual.

En esta Ronda se estipularon las desgravaciones arancelarias que se llevarían a cabo por los países miembros. Los países desarrollados se comprometieron a reducir sus aranceles en un 40% en un periodo de cinco años para los productos industriales y de seis años para los productos agrícolas. Por su parte, los países en desarrollo reducirían sus aranceles en un 30%, en un plazo de cinco años, para productos industriales y en 10 para los agrícolas.

Las reducciones arancelarias que se tomaron como punto de partida en el GATT estuvieron basadas en los aranceles consolidados, que son aquellos que se establecen como un techo máximo que no se puede superar frente a ningún exportador signatario del Acuerdo, con excepción de casos muy particulares como la existencia de graves

perjuicios en la balanza de pagos o en industrias específicas debido un aumento repentino de las importaciones. Los aranceles consolidados representan un compromiso para los países signatarios del Acuerdo de la apertura de sus mercados, cuya aplicación es garantizada por el GATT:

Algunos países acordaron la eliminación total de aranceles en diversos sectores, tales como cerveza, farmacéuticos, químicos, vidrio, cerámica, muebles, metales y bebidas espirituosas (que se obtienen por medio de procesos químicos). Nuestro país no participó en estas reducciones, pero si se benefició de las concesiones otorgadas por los países por el principio de nación más favorecida.

Entre los principales productos de interés para México, que se beneficiarían de las reducciones acordadas en la Ronda Uruguay se encuentran: miel, flores frescas, aguacate, mango, limones, café crudo, jugo de naranja, cerveza, ron, tequila, productos de vidrio, algunos productos de acero, motores de explosión y sus partes, computadoras y chasis para vehículos.

Los compromisos en el sector agropecuario se dieron en tres niveles principalmente:

- ❖ Acceso a mercados: los países participantes se comprometieron a reducir sus aranceles para los productos agrícolas en un promedio de 36%; por su parte los países en vías de desarrollo en un 24%. Se adoptó también el compromiso de sustituir todas las restricciones cuantitativas (cuotas y permisos de importación), por aranceles equivalentes, los cuales estarían sujetos a reducciones.
- ❖ Subsidios: Los países desarrollados reducirían los subsidios internos en un 20% en un periodo de seis años, y los subsidios externos en un 36% en un periodo de seis años, mientras que los países en desarrollo los reducirían en un 13% en diez años.
- ❖ Medidas sanitarias y fitosanitarias: Las regulaciones sanitarias y fitosanitarias serán objeto de normas internacionales más claras y deberán sustentarse en estándares internacionales y bases científicas. Con ello se evitará que estas medidas se constituyan en barreras injustificadas al comercio. Este aspecto beneficiaría principalmente las exportaciones mexicanas de frutas y hortalizas.

En la “Ronda Uruguay” se negoció en otras materias como: servicios, protección intelectual, antidumping, derechos compensatorios, salvaguardias y valoración en aduana.

1.3.2 Organización Mundial de Comercio (O.M.C.).

En 1994 en Marrakech (Marruecos) se llevó a cabo la última reunión de la “Ronda Uruguay”, esta se estableció como la culminación de un proceso de negociación y consulta que era el GATT, por lo que este representa el inicio de un nuevo organismo conocido como la Organización Mundial de Comercio, mismo que entró en vigor a partir del 1º de enero de 1995.

La constitución de la OMC puede ser considerado como uno de los organismos más importantes dentro del entorno de las relaciones internacionales y comerciales. Tiene las funciones de normar, cautelar y orientar en comercio exterior, tiene un papel

fundamental en las condiciones de apertura comercial y la globalización del comercio. Está integrada por 146 países que representan más del 97% mundial, y actualmente algunos están negociando su adhesión a la misma.

El GATT es el principal compendio de las normas que rigen a la OMC, gracias a estas normas que se encuentran expresadas en forma de acuerdos, la OMC conduce un sistema de comercio no discriminatorio que precisa sus derechos y obligaciones.

Los acuerdos de la OMC se encuentran centrados en las siguientes áreas:

- ❖ Mercancías;
- ❖ Servicios;
- ❖ Propiedad Intelectual;
- ❖ Solución de diferencias y
- ❖ Examen de políticas comerciales.

Existen dentro de la OMC mecanismos que permiten a los países menos desarrollados alcanzar los niveles óptimos de desarrollo que garanticen el aumento de su intercambio comercial, esto es por medio del Comité de Comercio y Desarrollo, asistido por un Subcomité de Países Menos Adelantados, que se encarga de estudiar las necesidades y situación de los países de menor desarrollo, con la finalidad de integrarlos en el sistema mundial de comercio.

El objetivo fundamental de la OMC es que el comercio entre los países sea más equitativo, constante y previsible. Para lograrlo, se basa en la realización de acciones como:

- ❖ Administración de los acuerdos comerciales;
- ❖ Ser foro para las negociaciones comerciales;
- ❖ Resolver las diferencias comerciales;
- ❖ Examinar las políticas comerciales nacionales;
- ❖ Prestar asistencia a los países en vías de desarrollo con las cuestiones de política comercial y
- ❖ La cooperación con otros organismos internacionales.

1.3.3. Organización de Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE).

Este organismo se constituyó el 30 de septiembre de 1961 con sede en París, en la actualidad la integran 25 países. El 18 de Mayo de 1994 México formalizó su ingreso como el miembro número 25. La OCDE sustenta su estrategia de crecimiento en modelos de mercado, democracia y libre comercio. La OCDE promueve el libre comercio y la mejora del aspecto económico y social no posee facultades jurídicas supranacionales, ni aporta recursos financieros para préstamos o subsidios.

Los objetivos de la OCDE son los siguientes:

- ❖ Impulsar el crecimiento de la economía, del empleo y del nivel de vida de los países miembros en condiciones de estabilidad financiera y contribuir al desarrollo de la economía mundial.

- ❖ Promover el desarrollo económico de los países miembros y no miembros.
- ❖ Impulsar la expansión del comercio mundial sobre bases multilaterales y no discriminatorias acordes con las normas internacionales.

Para llevar a cabo estos objetivos, la OCDE utiliza como mecanismos principales los que se mencionan a continuación:

- ❖ Mantener el flujo de comunicación entre los países integrantes de manera constante y nutrir de esta a la OCDE.
- ❖ Realizar consultas entre sí, efectuar estudios y participar en proyectos instrumentados de común acuerdo.
- ❖ Tener una cooperación estrecha y emprender acciones coordinadas cuando se considere apropiado.

La OCDE es el organismo de estados más relevante en materia de intercambio de información, de estudio y análisis de la actividad económica mundial.

1.3.4. Consejo de Cooperación Aduanera (CCA).

Este organismo nació formalmente en 1950, su objetivo principal es la vigilancia del proceso aduanero que realizan cada uno de los países miembros, así como proveer a los regímenes aduaneros de armonía y uniformidad. En este se encuentran representados los países de forma regional, distribuidos en seis áreas:

- ❖ Africa del Norte, Próximo y Medio Oriente;
- ❖ Africa Occidental y Central;
- ❖ Africa Oriental y Meridional;
- ❖ Extremo Oriente, Asia Meridional y Sudeste Asiático, Australia e Islas del Pacífico;
- ❖ América del Sur, América del Norte, América Central y el Caribe; y
- ❖ Europa.

Sus acuerdos son en materia de procedimientos aduaneros con el fin de proporcionar a los países un intercambio comercial internacional a través de una Simplificación y Armonización de sus Regímenes Aduaneros. No sólo abarca aspectos técnicos sobre el tratamiento de cada uno de los regímenes aduaneros, sino que hace hincapié en los sistemas de tratamiento de información con miras al establecimiento de sistemas homogéneos para el intercambio electrónico de datos. Estas actividades se encuentran estrechamente ligadas a otro de los objetivos que es la cooperación aduanera internacional contra todas las formas de fraude aduanero.

Como algunos ejemplos de lo que se considera fraude aduanero encontramos: fraude comercial, abuso de los derechos de propiedad intelectual, tráfico ilícito de sustancias estrictamente controladas, sustancias psicotrópicas y precursores de armamentos, materiales nucleares, desechos tóxicos, patrimonio cultural y especies animales y vegetales protegidas.

1.4 Nomenclatura Arancelaria de Bruselas (NAB): Antecedente del Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías.

Paralelamente a la creación del GATT, se integró en Europa un grupo dedicado a realizar estudios en materia aduanera, este se convirtió posteriormente en el Consejo de Cooperación Aduanera. Su más grande logro fue la creación de la Nomenclatura Arancelaria de Bruselas (NAB), esta Nomenclatura o Codificación fue aceptada con el paso del tiempo en varios países, que se dieron entre sí una nomenclatura uniforme, permitiendo que las estadísticas en comercio exterior fueran comparables a nivel mundial. La NAB se transformó en el actual Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías, que ha sido suscrito por más de 130 países entre ellos México.

La Nomenclatura Arancelaria de Bruselas (NAB) es un sistema internacional de clasificación de mercancías que tiene el propósito de facilitar el comercio internacional, simplificar las negociaciones internacionales relativas a los aranceles de aduana, y hacer más fácil la comparación de los aranceles nacionales y de las informaciones estadísticas del comercio exterior, en la medida en que los datos se basen sobre el arancel de aduana, y sus características básicas son simplicidad, precisión y objetividad o exactitud en la aplicación.

Para 1970 el interés en materia comercial por parte de varios países se hizo evidente, en la necesidad existente de contar con un sistema que les permitiera agilizar las operaciones de comercio exterior, por lo que se necesitaba contar con una Nomenclatura que fuera internacional y multifuncional. La transmisión y procesamiento de datos sería más exacta y rápida si los países que intercambian mercancías contaran con un código internacionalmente válido para la identificación de las mercancías.

Para efectos de clasificación arancelaria, podemos decir que el Sistema Armonizado proporciona una estructura lógica de 1,241 partidas contenidas en 96 Capítulos, ordenados en XXI Secciones. En cada partida identificada por una clave de 4 cifras, los dos primeros dígitos indican el Capítulo, mientras que las dos últimas cifras indican la posición de la partida en el Capítulo. Todas, excepto 311 de las partidas están subdivididas en dos o más subpartidas de un guión, las cuales, donde es necesario, se subdividen a su vez en dos o más subpartidas de dos guiones que se identifican con una clave de 6 cifras.

El Sistema Armonizado constituye un conjunto coherente de partidas, subpartidas, las cuales junto con las Reglas Generales y las Notas de la Sección o de Capítulo proveen una clasificación de productos sistemática y uniforme.

En su estructura general, el Sistema Armonizado está constituido por:

- ❖ Reglas generales para la interpretación (Principios de clasificación)
- ❖ Notas de sección o de capítulo, incluidas las notas de subpartidas.
- ❖ Una serie de partidas clasificadas sistemáticamente y subdivididas subpartidas.

Este sistema entró en vigor el 1º de enero de 1988, comprendiendo más de cinco mil grupos de mercancías identificadas por medio de un código de seis cifras, así como las definiciones y reglas necesarias para su aplicación uniforme, ejemplo:

Sección II Productos del Reino Vegetal

Capítulo 09 Café, té, yerba mate y especias

Partida 09.01 Café, incluso tostado o descafeinado: cáscara y cascarilla de café.

Subpartida 0901.11 Café tostado sin descafeinar.

En un plazo de cinco años el Sistema Armonizado fue adoptado por más de 100 países, que representan más del 90% del comercio mundial, lo que la convierte en la primera nomenclatura de mercancías verdaderamente internacional.

El Sistema Armonizado no sólo constituye una base para los aranceles aduaneros y para las estadísticas de comercio internacional, sino también para otros fines como: la determinación del origen de las mercancías, las negociaciones comerciales internacionales, los precios de transporte, entre otros, y constituye uno de los principales instrumentos del comercio internacional.

Existe una aplicación electrónica que se conoce como la Base de Datos de Mercancías del Sistema Armonizado, que ayuda a los usuarios a determinar de manera sencilla la clasificación correcta de las mercancías.

1.5. Tratados de Libre Comercio suscritos por México.

Los Tratados de Libre Comercio son desde mi punto de vista uno de los aspectos más claros en los cuales se puede expresar la apertura comercial que nuestro país ha realizado, y uno de los ejemplos más concretos en los que es posible apreciar la participación de los países en la tendencia de la globalización económica y comercial, sin enaltecer o dar por hecho que este aspecto signifique por sí solo que México sea uno de los países más beneficiados por su elevada participación en la celebración de tratados de índole comercial.

Conviene ubicar estos movimientos librecambistas de forma inicial desde 1988 a 1993, ya que la política comercial externa pretendía "...ratificar la implementación de la apertura comercial..., pero ahora bajo las bases de un proceso de integración, no sólo comercial, sino financiera de México con Estados Unidos y Canadá, a lo que se le llamó el Tratado de Libre Comercio (TLC),..."⁴ Esta es la participación inicial de México en materia de TLC's, por lo que después de este, nuestro país se ha caracterizado por continuar con la firma de este tipo de compromisos internacionales.

Es conveniente iniciar este apartado con el concepto de integración en el ámbito económico y comercial que de acuerdo a Paul Hoffmann consiste en: "la formación de un solo gran mercado del que se eliminarán en forma permanente todas las restricciones a los movimientos de mercancías, las barreras a las corrientes de pagos y eventualmente, todas las tarifas aduaneras."⁵

⁴ Ortiz Wadgyr, Arturo, *Introducción al comercio y finanzas internacionales de México*, op. cit. p. 180

⁵ Guerra-Borges Alfredo, *La integración de América Latina y El Caribe*, IIEc, UNAM, México, p. 86.

Es necesario resaltar que existen diferentes etapas de integración, en las que de acuerdo a la fase en la que se encuentren los países interesados, serán los alcances de la misma. Balassa menciona que es posible diferenciar varias etapas de integración las cuales son de la inferior a la superior: "la integración comercial, en la que se libera de restricciones el movimiento de mercancías; la integración de factores, en la cual se libera el movimiento de éstos; la integración de políticas (policy integration) en la cual se logra la armonización de las políticas económicas nacionales; y la integración total, que implica la unificación de tales políticas."⁶

Antes de hacer un recuento de los Tratados de Libre Comercio suscritos por México, es necesario hablar de las formas de integración existentes en materia económica y comercial. Dentro de estas encontramos las siguientes:

- ❖ El Sistema o Zona de Preferencia Arancelaria.
- ❖ Zona de Libre Cambio.
- ❖ Unión Aduanera.
- ❖ Mercados Comunes.
- ❖ Unión Económica.

Es necesario acotar que las fases de integración no son solo en materia comercial, ya que como se pudo apreciar en la conceptualización de integración y en las distintas fases de la misma, las etapas de este fenómeno corresponden primeramente a la "integración comercial", seguida de la "integración de factores" y finalmente encontramos a la "integración de políticas".

De acuerdo a Balassa obtenemos la siguiente clasificación: "...de las formas de integración económica que representan grados variables de integración: tanto la zona de libre comercio, en la que se eliminan los aranceles y las restricciones cuantitativas al intercambio de mercancías entre los países participantes, como la unión aduanera, en la que además se levanta una barrera arancelaria común frente a terceros países, son las formas que corresponden a la "integración comercial". Un grado más alto de integración es el mercado común, cuyo nuevo elemento es la libre movilidad de factores de la producción, y corresponde a la llamada "integración de factores". La unión económica, tal como la define Balassa, corresponde a la "integración de políticas", pues, a su juicio, cuando se alcanza este grado de avance los países contratantes armonizan sus políticas económicas (monetaria, fiscal, etc.). Finalmente, en la integración económica total no solo se unifican las políticas económicas sino se considera necesaria la existencia de una autoridad supranacional, cuyas decisiones tengan poder vinculatorio, es decir, obliguen a los países participantes."⁷

El Sistema o Zona de Preferencia Arancelaria es un esquema en el que dos o más países se otorgan recíprocamente un conjunto de ventajas arancelarias no extensivas a terceros bajo la excepción planteada y aceptada en el GATT de la Cláusula de la Nación Más Favorecida (NMF). Esta constituye la primera forma de integración en materia comercial y sólo representa tratamientos preferenciales en esta área, sin que se asuman compromisos mutuos de profundizar en los mecanismos de liberación arancelaria.

⁶ *Ibidem.*, p. 87.

⁷ *Ibidem.*, p. 88.

La Zona de Libre Comercio representa una etapa de integración mayor que la Zona de Preferencia Arancelaria, ya que ella establece la eliminación paulatina y negociada de todas las trabas comerciales que inhiben el libre flujo de bienes y servicios entre las naciones que las conforman. Es el medio por cual se crean mecanismos que posibiliten la reducción arancelaria. La política comercial de los países que conforman una Zona de Libre Comercio frente a terceros es independiente, ya que cada país miembro mantiene su propia política comercial y su peculiar régimen arancelario. La negociación de la desgravación dependerá de las características de cada país integrante, para determinar los tiempos en los que se llevará a cabo la reducción arancelaria de cada uno de los productos.

Las Uniones Aduaneras es una fase aún más integrada en el ámbito comercial, ya que para su formación es necesario que se haya conformado primeramente una Zona de Libre Comercio, añadiéndole que en esta etapa de integración existe la adopción de una política comercial común respecto de terceros países y la coordinación de políticas económicas en torno a objetivos que ya no son solo de índole comercial.

El Mercado Común representan la máxima expresión de integración, ya que en ellos no sólo se plantea la consolidación de las Uniones Aduaneras y de lo que esto significa, tanto en términos económicos como políticos, sino también la liberalización o libre circulación de factores productivos entre los países miembros como son: trabajo, capital, organización y tecnología.

Finalmente encontramos la Unión Económica en la que los países participantes aceptan el manejo de políticas comunes en el aspecto económico, monetario, fiscal, etc. Además, de que es necesario que se cuente con una autoridad supranacional con el fin de que los países miembros de esta unión sean obligados a llevar a cabo y ejercer estas políticas de orden común para ellos.

Podemos definir integración económica como "...un proceso y un estado de cosas. Considerada como proceso incluye varias medidas para abolir la discriminación entre unidades económicas pertenecientes a diversos estados nacionales; contemplada como un estado de cosas, puede representarse por la ausencia de varias formas de discriminación entre economías nacionales".⁸ Es un proceso que con el paso del tiempo y las negociaciones que se lleven a cabo entre los países interesados en la integración, asumirán cualquiera de las formas mencionadas anteriormente.

⁸ Idem.

De manera esquemática podemos representar las fases de la integración económica de la forma siguiente:

FASES DE LA INTEGRACION ECONOMICA

	ELIMINACIÓN O REDUCCIÓN DE ARANCELES	LIBERACIÓN DE BARRERAS AL COMERCIO EXTERIOR	ARANCEL EXTERNO COMUN	LIBRE MOVIMIENTO DE FACTORES DE LA PRODUCCION	POLÍTICA COMUN
PREFERENCIAS ARANCELARIAS	♣				
ZONA DE LIBRE COMERCIO	♣	♣			
UNION ADUANERA	♣	♣	♣		
MERCADO COMUN	♣	♣	♣	♣	
UNION ECONOMICA	♣	♣	♣	♣	♣

Fuente: Tabla de elaboración propia en base a la información presentada en este apartado.

Los Tratados de Libre Comercio son claros ejemplos de lo que significa la apertura comercial que es parte fundamental del proceso de globalización económica y de las relaciones internacionales en materia económica. Como hemos podido apreciar, la apertura comercial es uno de los mecanismos que los países tienen para incrementar su comercio y presencia de sus productos en otros países, y es parte de las estrategias que los organismos internacionales promueven como medio para alcanzar el desarrollo económico y una mejora en aspectos tan esenciales como el incremento del empleo y la activación de la economía de los países participantes en dicho proceso. Nuestro país tiene una larga experiencia en esta materia, ya que hasta la fecha ha suscrito once acuerdos en un lapso de diez años, comenzando en 1994 y con el último realizado en 2004.

TRATADOS DE LIBRE COMERCIO SUSCRITOS POR MEXICO

TRATADO	VIGENTE DESDE
TLC de América del Norte (México, Estados Unidos y Canadá)	1º de Enero de 1994
TLC Grupo de los Tres (México, Colombia y Venezuela)	1º de Enero de 1995
TLC México-Bolivia	1º de Enero de 1995
TLC México-Costa Rica	1º de Enero de 1995
TLC México-Nicaragua	1º de Julio de 1998
TLC México-Chile	1º de Agosto de 1999
TLC México-Unión Europea	1º de Julio de 2000
TLC México-Israel	1º de Julio de 2000
TLC México-Triángulo del Norte (México, El Salvador, Guatemala y Honduras)	1º de Marzo de 2001
TLC México-Asociación Europea de Libre Comercio (Islandia, Noruega, Liechtenstein y Suiza)	1º de julio de 2001
TLC México-Uruguay	15 de Julio de 2004.

Fuente: Tabla de elaboración propia con información de la Secretaría de Economía.

En términos generales los acuerdos de libre comercio ofrecen las siguientes ventajas:

- ❖ Reducción total o parcial de los aranceles de importación.
- ❖ Aceptación de un producto como nacional en los países participantes de los acuerdos.
- ❖ Aceleración de los procesos aduaneros.

Existen algunos otros Acuerdos de los que México forma parte:

- ❖ Fondo Monetario Internacional (FMI) y el Banco Mundial, según decreto publicado en el Diario Oficial de la Federación el 31 de diciembre de 1945.
- ❖ Tratado de Montevideo de 1980, en el que México se adhiere a la Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI), la cual tiene por finalidad establecer mecanismos comerciales preferentes.
- ❖ En 1988 México ingresa al Consejo Económico de la Cuenca del Pacífico (PBEC), organismo compuesto por empresarios de la región y cuyo objetivo es identificar oportunidades de comercio e inversión.
- ❖ En 1999 nuestro país ingresa al Consejo Económico de la Cuenca del Pacífico Asiático, que es un foro en el cual se analizan las relaciones económicas de la región con representantes gubernamentales.
- ❖ Acuerdo de Complementación Económica (ACE17) México y Chile 1991.
- ❖ En 1992 México y los países centroamericanos firman el Acuerdo Multilateral para establecer una zona de libre comercio.
- ❖ Acuerdo de Complementación Económica México-Brasil 2002.

1.6 Elementos importantes en el intercambio comercial internacional.

Es importante tener en cuenta que la exportación es una actividad económica universal, es decir que es un elemento común en la economía de los países a nivel mundial, por lo que al ser del dominio público y manejado por personas de distintos países, culturas, monedas, idiomas, formas de administración, etc, está dotada de un lenguaje y procedimientos comunes para todos los países que la manejan.

Los elementos presentados en este apartado son aplicables de forma general para el intercambio comercial internacional, por lo que no son exclusivos de la exportación pero sí la regulan de forma directa y es por ello que es importante realizar su revisión.

Dentro de estos elementos y como parte de los más importantes encontramos:

- ❖ Contrato de compra-venta internacional.
- ❖ Términos de comercio internacional (Incoterms).
- ❖ Carta de Crédito.

1.6.1 Contrato de compra-venta internacional.

El contrato de compra-venta constituye una base legal que obliga al comprador y al vendedor a cumplir con los acuerdos previstos, negociados y aceptados por ambas partes. Esto puede ser de forma escrita o puede tener vigor a través de la utilización de otros medios, que pueden variar de acuerdo con el país que se esté negociando.

En el caso de la compra-venta internacional las partes tienen sus establecimientos en distintos países, por lo cual las normas que regirán su ejecución son más complejas que las que se aplican al mercado doméstico.

El Código Civil para el Distrito Federal señala en su artículo 1792 que un contrato es un acuerdo de voluntades de dos o más personas, que sirve para crear, transferir, modificar o extinguir derechos y obligaciones. El efecto del contrato sobre las partes firmantes es que las obliga a realizar un ciclo de compra-venta cuando uno de ellos se ve de manera obligada a transferir la propiedad de una cosa o un derecho y el otro a su vez se obliga a pagar por ello una cierta cantidad de dinero o precio.

Las partes contratantes de un contrato tienen la libertad para estipular en los mismos, todas aquellas condiciones y términos que consideren convenientes para el buen desarrollo de las negociaciones.

La estructura del contrato de compra-venta es general para todos los casos, ya que cuenta con elementos comunes que deben ser incorporados al documento que se esté redactando, estos son:

- ❖ Nombre del contrato y de las partes que intervienen en el mismo.
- ❖ Declaraciones o antecedentes de las partes.
- ❖ Actividad principal de cada una de las partes.
- ❖ Cláusulas del contrato.
- ❖ Fecha y firma de quienes intervienen en la negociación.

Las cláusulas pueden ser variadas y dependerán de los intereses de las partes contratantes, pero entre las principales se encuentran las que se mencionan a continuación:

- ❖ Proemio o preámbulo: constituye el encabezado del contrato y en él se especifican el nombre de las partes y el de los representantes, se menciona el tipo de contrato del que se trata y se pueden mencionar las mercancías que se manejarán de forma general.
- ❖ Declaraciones: son los datos generales como nombre, domicilio, actividad preponderante, etc, y se manifiesta el interés por la firma del mismo.
- ❖ Objeto del contrato y descripción de las mercancías: Es la expresión de las obligaciones de las partes interesadas y de las condiciones en las que la mercancía debe ser entregada y en las que se espera ser recibida.
- ❖ Precio y condiciones de pago: Este es un punto en el que se debe ser muy específico, ya que se debe mencionar de forma exacta el monto a pagar por la mercancía, el tipo de moneda en el que se realizará dicho pago, forma de pago y procedimiento del mismo.
- ❖ Plazos y condiciones de entrega de las mercancías: Aquí se especifican fecha y lugar de entrega, y tipo de transporte que se utilizará para hacer llegar las mercancías al comprador, como los documentos que permitirán su manejo, es fundamental en este apartado mencionar el tipo de Incoterm pactado.
- ❖ Garantías del vendedor y derechos de reclamación del comprador: es necesario estipular las penalidades a las que se harán acreedores las partes contratantes en caso de incumplimiento de los acuerdos aceptados, además de que puede incluirse la compensación a la parte que se ha visto afectada con esta conducta.
- ❖ Cláusulas de fuerza mayor: se debe tomar en cuenta que pueden existir factores que no se consideran por ser externos y ajenos al control de las partes involucradas y que pueden afectar el desarrollo y cumplimiento del mismo como las guerras, cuestiones políticas, desastres naturales, etc.
- ❖ Modificaciones y correcciones del contrato: Este punto permite cierta flexibilidad a los acuerdos, ya que una vez que el contrato es firmado por medio de esta cláusula puede sufrir modificaciones siempre y cuando las partes interesadas se encuentren de acuerdo.
- ❖ Vigencia del contrato: Esta es variable, ya que depende de los acuerdos a los que se llegue y del tipo de operación que respalde.
- ❖ Legislación e idioma aplicable: Es importante que las partes contratantes determinen sobre que base legal se regirán, además del idioma, ya que en el caso de que las partes sean del mismo país comparten la legislación y el idioma, pero en caso contrario, es recomendable que se realice con el que se han hecho las negociaciones.
- ❖ Solución de controversias: Aquí se dota al contrato de los mecanismos a seguir en caso de que surjan conflictos entre las partes, ya que determina la forma en que los problemas serán resueltos.

1.6.2. Términos de Comercio Internacional (Incoterms).

Los Incoterms constituyen un conjunto uniforme de términos y definiciones mercantiles cuyo principal objetivo es el de superar los problemas de leyes nacionales e interpretaciones conflictivas, ya que en estas reglas se establece la responsabilidad, el costo, tipos de transporte a utilizar para la entrega de las mercancías y los riesgos que deberán asumir las partes en relación con los productos objeto de la operación.

Como se mencionó anteriormente, es de suma importancia para el contrato el término comercial o cláusula de cotización que se esté manejando, ya que muchas de las obligaciones se encuentran pactadas en los mismos, y son asumidas por las partes contratantes.

Podemos definir los Incoterms como la normalización internacional que explica al exportador como al importador (ya que estas figuras existen en el mismo momento en la operación internacional) lo que se incluye en el precio de venta por concepto de costos que en este caso están representados por el tipo de transporte, transferencia de riesgos, despacho en la aduana y el seguro de la mercancía.

El carácter internacional de los Incoterms está otorgado por "...la uniformidad y aceptación generalizada entre los diferentes actores en el comercio internacional, esto es, importadores, exportadores, compañías transportistas, aseguradoras, agentes aduanales, consultores en comercio internacional y demás profesionales en la materia".⁹

La Cámara de Comercio Internacional publicó por vez primera en 1936, una serie de reglas para la interpretación de los términos comerciales, con el objetivo de solucionar las discrepancias que se suscitaban por las distintas interpretaciones que se hacían de las mismas y se les nombro como "Incoterms 1936". Con el paso del tiempo estas han sido complementadas y se les han hecho adiciones en los años 1953, 1967, 1976, 1990 y la última versión de los mismos fue dada a conocer en 2000.

La versión 2000 publicación 560, contiene trece Incoterms (International Commercial Terms), que se encuentran divididos en grupos representados por las siguientes letras: E (Exit), F (Free), C (Cost) y D (Delivery).

Para que estos puedan ser aplicados de manera práctica es necesario que las partes estén de acuerdo en su utilización y que en el contrato de compra-venta se haga hincapié de que la versión utilizada será Incoterms 2000 de la CCI publicación 560, ya que en caso de incumplimiento o de litigio legal, se contará con términos internacionalmente aceptados como criterios base a partir de los cuales se les puede exigir al comprador y vendedor el cumplimiento de las obligaciones y responsabilidades que estipula cada Incoterm.

⁹Bustamante Morales, Miguel Angel, *Los Créditos Documentarios* en el comercio internacional, Trillas, México, 2000, p. 85.

TERMINOS DE COMERCIO INTERNACIONAL (Incoterms)

GRUPO	TERMINO (SIGLAS)	DESCRIPCION	VENDEDOR (RESPONSABILIDAD)	COMPRADOR (RESPONSABILIDAD)
E	EXW	Ex Works: Puesto en fábrica del vendedor. Para todo transporte terrestre, aéreo o marítimo.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Entrega la mercancía en su fábrica, sin realizar ningún otro trámite. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Recoger la mercancía en la fábrica del vendedor. 2. Tramitar la exportación y la importación. 3. Contratar transporte y seguro hasta su país.
F	FAS	Free Alongside Ship: Libre a un costado del buque. Sólo transporte marítimo.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Entrega la mercancía a un costado del buque 2. Tramita y paga la exportación. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Toma a su cargo la mercancía a un costado del buque. 2. Tramita y paga la importación. 3. Contrata el seguro y el transporte hasta su país.
	FOB	Free On Board: Libre a bordo. Para transporte marítimo.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Entrega la mercancía al transportista, sin pagar el flete. 2. Tramita y paga la exportación. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Paga el flete internacional y las maniobras de descarga. 2. Contrata el seguro desde el punto de embarque hasta el destino final. 3. Tramita y paga la importación.
	FCA	Free Carrier At: Libre transportista hasta. Para todo transporte, terrestre, aéreo o marítimo.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Deja la mercancía puesta a bordo del barco. 2. Tramita y paga la exportación. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Paga el flete internacional y las maniobras de descarga. 2. Contrata el seguro desde el puerto de embarque hasta el destino final. 3. Tramita y paga la exportación e importación.

Fuente: Cuadro de elaboración propia con información de la International Chamber of Commerce, México e INCOTERMS 2000

TERMINOS DE COMERCIO INTERNACIONAL (Incoterms)

GRUPO	TERMINO (SIGLAS)	DESCRIPCION	VENDEDOR (RESPONSABILIDAD)	COMPRADOR (RESPONSABILIDAD)
C	CFR	Cost and Freight: Costo y flete. Solo transporte marítimo	<ol style="list-style-type: none"> 1. Paga el flete desde origen hasta el puerto destino. 2. Tramita y paga la exportación. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Paga la descarga y los trámites de importación. 2. Paga el seguro desde origen hasta destino final.
	CIF	Cost Insurance and Freight: Costo, Seguro y Flete. Sólo flete marítimo.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Paga el flete y el seguro hasta la entrega de la mercancía en el puerto destino. 2. Tramita y paga la exportación. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Paga la descarga y los trámites de importación. 2. Contrata y paga el seguro desde el punto de entrega hasta el destino final o fábrica del vendedor.
	CPT	Carriage Paid To: Transporte Pagado Hasta. Para todo tipo de transporte: terrestre, aéreo y marítimo.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Entrega al transportista la mercancía en el lugar de embarque. 2. Paga el flete hasta el lugar de entrega final 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Asume la responsabilidad a partir de que le es entregada la mercancía. 2. Contrata el seguro desde origen hasta destino. 3. Realiza y paga los trámites de exportación e importación.
	CIP	Carriage and Insurance Paid: Transporte y seguro pagado. Para todo tipo de transporte: terrestre, aéreo, marítimo.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Entrega al transportista la mercancía en el lugar de embarque. 2. Paga el flete de origen hasta el lugar de entrega final 3. Paga el seguro desde origen hasta destino. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Asume responsabilidad a partir de que el vendedor deja la mercancía al transportista en el lugar de embarque convenido. 2. Contrata el seguro desde el lugar destino hasta su punto final de entrega. 3. Paga y tramita la exportación e importación.

Fuente: Cuadro de elaboración propia con información de la International Chamber of Commerce, México e INCOTERMS 2000

TERMINOS DE COMERCIO INTERNACIONAL (Incoterms)

TERMINO	TERMINO (SIGLAS)	DESCRIPCION	VENDEDOR (RESPONSABILIDAD)	COMPRADOR (RESPONSABILIDAD)
D	DES	Delivery Ex Ship: Entrega sobre el buque. Sólo transporte marítimo.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Debe pagar todos los costos de flete y seguro hasta el puerto de destino, pero sin bajar la mercancía del buque. 2. Tramita y paga la exportación. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Paga la descarga de la mercancía y los trámites de la importación. 2. Paga el seguro a partir de liberada la mercancía hasta el punto final de entrega.
	DEQ	Delivery Ex Quay: Entrega en el muelle. Sólo transporte marítimo.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Debe pagar todos los costos de flete y seguro hasta el puerto de destino, paga la descarga de la mercancía del buque. 2. Tramita y paga la exportación. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Asegura la mercancía desde este punto hasta su destino final. 2. Realiza y paga el despacho de importación.
	DAF	Delivery At Frontier: Entrega en frontera. Sólo transporte terrestre.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Paga el transporte y seguro hasta la frontera del país convenido, este puede ser del lado del exportador o del importador. 2. Tramita y paga la exportación. 	<ol style="list-style-type: none"> 3. Asegura la mercancía a partir de este punto hasta su entrega final. 4. Paga y realiza el trámite de importación.
	DDU	Delivery Duty Unpaid: Entrega sin pagar aranceles de importación. Para todo tipo de transporte: terrestre, aéreo y marítimo.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Paga flete y seguro de la mercancía hasta el punto destino. 2. Tramita y paga la exportación. 	<ol style="list-style-type: none"> 3. Tramita la importación. 4. Asegura la mercancía desde el punto destino, hasta el de entrega final.

Fuente: Cuadro de elaboración propia con información de la International Chamber of Commerce, México e INCOTERMS 2000

TERMINOS DE COMERCIO INTERNACIONAL (Incoterms)

TERMINO	TERMINO (SIGLAS)	DESCRIPCION	VENDEDOR (RESPONSABILIDAD)	COMPRADOR (RESPONSABILIDAD)
D	DDP	Delivery Duty Paid: Entrega con pagos de aranceles de importación. Para todo tipo de transporte: Terrestre, aéreo o marítimo.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Paga flete y seguro desde el punto destino, hasta el de entrega final. 2. Incluye el trámite y pago de la exportación e importación. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sólo recibe la mercancía en el punto destino.

Fuente: Cuadro de elaboración propia con información de la International Chamber of Commerce, México e INCOTERMS 2000.

1.6.3 La Carta de Crédito.

De acuerdo al Banco Nacional de Comercio Exterior (Bancomext), la carta de crédito es “ el compromiso escrito que asume una institución de crédito (banco emisor) por cuenta y orden de una persona física o moral (importador/comprador/ordenante), a favor de otra (exportador/vendedor/beneficiario), ya sea en sus cajas o a través de otra institución de crédito de pagar o aceptar letras de cambio a favor del exportador, contra la presentación de determinados documentos relativos a la venta de mercancías o prestación de servicios, los cuales deben cumplir estrictamente los términos y condiciones estipuladas en la carta de crédito.”¹⁰

La carta de crédito también es conocida como crédito documentario y realiza una importante función en el comercio internacional, ya que mediante este instrumento los bancos facilitan la realización de pagos en las transacciones comerciales de toda índole. Constituyen un elemento de confianza entre el vendedor y el comprador.

Es conveniente que el uso de la carta de crédito (crédito documentario) esté estipulado en el contrato de compra-venta, ya que de esta manera se aporta un elemento más que permita la plena confianza y seguridad en las partes firmantes de los derechos y obligaciones que están adquiriendo, además de que se debe especificar los documentos que son necesarios presentar para el pago de las mercancías en el banco emisor.

En su mayoría el crédito documentario es solicitado por el vendedor, ya que es el que corre mayor riesgo en la operación. La carta de crédito le otorga la confianza de que al cumplir con los términos y condiciones del crédito documentario mediante la correcta presentación de los documentos solicitados, recibirá el pago por parte del banco que se haya comprometido con el crédito, olvidándose así de la solvencia económica del comprador. En este tipo de operación el banco sustituye al comprador en su responsabilidad de liquidar las mercancías amparadas en el mismo. En caso de que el comprador no pague al vendedor por este servicio, será problema exclusivamente entre el banco y el comprador.

En este tipo de instrumento, no hay responsabilidad por parte del banco emisor de revisar la calidad, peso, textura, y demás características de la mercancía, lo que la institución bancaria revisa es que los requisitos en los documentos que se solicitan sean cumplidos estricta y literalmente en cada uno de los términos en ellos consignados. El incumplimiento de estos, es motivo suficiente para que el banco no realice el pago al vendedor, a menos de que exista la autorización del comprador bajo estas condiciones.

El crédito documentario es recomendable porque da otras ventajas además de las mencionadas como la de espacio, tiempo e idioma, porque el comprador no tiene que desplazarse al país del vendedor para revisar la mercancía y hacer cumplir las condiciones de la compra. Los inconvenientes de la interpretación quedan a salvo gracias a que este instrumento está regulado por reglas y prácticas uniformemente aceptadas por más de 160 países y dichas reglas son reconocidas por la legislación nacional de cada país.

¹⁰“Guía práctica para el manejo de cartas de crédito de exportación” en *Suplemento negocios*, Bancomext, año 5, número 49, abril, 1996.

La función desempeñada por los bancos es muy importante ya que como lo menciona Miguel Angel Bustamente: "...el banco emisor, por encargo del comprador u ordenante y a través de un banco corresponsal, tiene la responsabilidad de no pagar la suma prometida si las condiciones del crédito no han sido cumplidas cabalmente. ...el banco que notifica y confirma el crédito documentario, en la medida de lo posible, defenderá los intereses del vendedor en apego a las reglas internacionales..."¹¹

La regulación de los créditos documentarios le corresponde a la Cámara de Comercio Internacional (CCI) por medio de la publicación denominada Prácticas y usos uniformes de los créditos documentarios. La reglamentación más reciente en la materia es la Publicación 500 de 1993, que entró en vigor el 1º de enero de 1994. Los cambios más significativos en la materia se deben a la apreciación de los avances en el transporte y en la tecnología de procesamiento y emisión de documentos.

La Publicación 500 se compone de 49 artículos, los cuales definen las obligaciones, responsabilidades y derechos en las partes que intervienen en los créditos documentarios.

En nuestra legislación este instrumento lo encontramos en el artículo 46 de la Ley de Instituciones de Crédito, el cual lo denomina como Carta de Crédito. El artículo 71 de la misma ley reconoce la aplicación de las reglas y usos internacionales vigentes para estos ordenamientos, llamados Prácticas y usos uniformes para créditos documentarios, Publicación 500 de la CCI.

Es necesario destacar que solo las instituciones bancarias cuentan con el permiso para llevar a cabo esta operación, como lo expresa el artículo 46 fracción VII de la Ley de Instituciones de Crédito "...sólo las instituciones de crédito (bancos) están 'autorizadas a asumir obligaciones por cuenta de terceros, a través del otorgamiento de aceptaciones, endoso o aval de títulos de crédito, así como de la expedición de cartas de crédito'".¹² Es pertinente mencionar que no todas las instituciones de crédito pueden amparar operaciones por medio de este instrumento, aún lo expresado en la ley, ya que el banco que lo realice debe ser considerado como una institución de prestigio internacional, además de contar con la infraestructura tecnológica necesaria para realizar estas operaciones y del personal adecuado que maneje este servicio, sumando a una extensa red de bancos corresponsales en todo el mundo para efectuar la transacción.

Las partes que intervienen en una carta de crédito o crédito documentario son las siguientes:

- ❖ Ordenante: es el solicitante del crédito, cliente, comprador o importador, que se compromete con la institución bancaria que elija a pagar el importe de la transacción comercial con las respectivas comisiones y gastos que esta genere.
- ❖ Banco emisor. Es la institución bancaria que emite la carta de crédito, se le conoce también como banco ordenante. Este sigue las instrucciones del ordenante, ya sea de manera directa o a través de algún banco corresponsal. Se compromete a pagar la carta de crédito siempre y cuando se cumplan los términos y condiciones de la misma.

¹¹ Bustamente Morales, Miguel Angel, *op.cit.*, p. 17.

¹² *Ibidem*, p. 19.

- ❖ Beneficiario: Es el vendedor o exportador, es la persona física o moral que tiene derecho a cobrar la carta de crédito a cambio de la presentación de los documentos exigidos y del cumplimiento estricto de las condiciones estipuladas en el crédito, aún cuando la mercancía no haya llegado al ordenante.
- ❖ Banco corresponsal: se le conoce como banco avisador, notificador, negociador, confirmante, pagador, transferente o reembolsable. Este se ubica por lo general en el país donde se encuentra el beneficiario y vigila que las condiciones de la carta de crédito se cumplan fielmente.

Las cartas de crédito se clasifican por:

- ❖ Su cancelación o modificación.
 1. Revocable: es aquella que puede ser modificada o cancelada por el ordenante en cualquier momento, sin necesidad de aviso previo o notificación al beneficiario.
 2. Irrevocable: Para que esta sufra modificaciones o cancelaciones las partes deben estar de acuerdo.
- ❖ Su compromiso del banco corresponsal:
 1. Notificada: El banco corresponsal solo notifica al beneficiario de la carta de crédito sin compromiso alguno para el pago o la negociación. El compromiso del pago es responsabilidad del banco emisor y el lugar del pago el país donde radica el ordenante.
 2. Confirmada: El banco corresponsal es requerido por el banco emisor para dar su confirmación. Esto se constituye como un compromiso de pagar y/o negociar la carta de crédito.
 3. Domiciliada: El banco corresponsal solo notifica al beneficiario de la carta de crédito, sin agregar su confirmación. En este caso no hay compromiso para el pago y/o negociación para el banco. El país para el pago es donde se encuentra el beneficiario y el compromiso de este pago radica en el banco emisor.
- ❖ Su disponibilidad o forma de pago:
 1. A la vista: Son las cartas de crédito pagaderas al beneficiario en las cajas del banco que tiene el compromiso de pago, contra la presentación de los documentos que se solicitan en la misma carta de crédito. Siempre y cuando estos se encuentren en estricto orden y bajo las condiciones establecidas.
 2. A plazo o de aceptación: Son aquellas que son pagaderas a un plazo determinado. Este es determinado por el ordenante y el beneficiario, siendo este quien emite una letra de cambio para ser aceptada por el banco que tiene el compromiso del pago.
 3. Pago diferido: Es pagadera a un cierto plazo, pero en esta el beneficiario no emite ninguna letra de cambio. No existe ninguna aceptación por parte del banco que tiene el compromiso del pago. El banco por su parte solo entregará un recibo por la documentación presentada y se notificará la fecha en la que se realizará el pago.

❖ La transmisión de los derechos:

1. Transferible: Es aquella que permite al beneficiario transferir montos de la carta de crédito, total o parcialmente a uno o más segundos beneficiarios. En esta el beneficiario una vez realizada la transferencia, tiene la capacidad de realizar algunos cambios en la carta, como vencimiento, importe, entre otras. Es generalmente utilizada por las empresas que no son fabricantes sino que son intermediarios o brokers.
2. No Transferible: En este caso solo el beneficiario es la persona autorizada para gozar del pago de la misma.

❖ La posibilidad de renegociar el importe:

Revolvente: Es aquella que le permite al beneficiario renegociar el importe de la misma. Existen dos modalidades para la negociación del mismo, de forma acumulativa o no acumulativa, en la primera, una vez que se ha negociado nuevamente el monto y si no se dispone del dinero, este se acumula y se le suma a la nueva cantidad, en la no acumulativa, el monto que no sea retirado en su momento se perderá y no podrá ser cobrado posteriormente.

No revolvente: En esta no existe la posibilidad de renegociar el importe y solo se puede cobrar el importe de la misma una sola vez de manera total.

❖ Su origen:

1. De importación: Si estamos en la posición de quien solicita la carta de crédito (ordenante)
2. De exportación: Si estamos en la posición de quien se beneficiará con la carta de crédito (beneficiario)
3. Doméstica: Si tanto el ordenante como el beneficiario se encuentran en el mismo país.

❖ Otras:

1. Back to back: El beneficiario de una carta de crédito, puede solicitar una nueva carta de crédito, convirtiéndose en el ordenante. La primera carta de crédito sirve como garantía al banco corresponsal para que este emita la carta correspondiente.
2. Cláusula roja: Esta carta es aquella donde el banco corresponsal (encargado del pago) proporciona cantidades de dinero de forma periódica al beneficiario hasta cubrir el monto total de la carta. Esta supone una plena confianza entre comprador y vendedor, ya que es una manera de financiar al vendedor en alguna parte del proceso o del envío de las mercancías en cuestión.
3. Stand by: Es aquella que se emite pero que no se tiene la intención de ser cobrada y se ofrece solo como garantía. En caso de que la empresa vendedora (beneficiario) tenga atrasos en los pagos pactados o incumplimiento en las transferencias puede hacer válida la carta y solicitar el pago de la misma.

Dentro de los documentos comúnmente solicitados para el cumplimiento de la carta de crédito se encuentran:

- ❖ Conocimiento de embarque.
- ❖ Factura comercial.
- ❖ Póliza de seguro.
- ❖ Certificado de origen.
- ❖ Certificado de calidad.
- ❖ Lista de empaque.

Como ya se ha mencionado, los documentos que sean requeridos por el banco para hacer válida la carta de crédito, depende y son tan variados como el comprador lo solicite, ya que es él quien determina cuáles son las condiciones que deben de cumplir cada uno de ellos.

A primera vista, los elementos presentados en este capítulo parecen tener una nula relación con la microempresa (objeto de estudio de esta investigación), ya que pueden ser percibidos como factores sumamente lejanos que no se encuentran contemplados por los microempresarios y por ende de sus unidades empresariales, sin embargo debemos considerar que lo antes expuesto muestra el escenario general internacional en el cual se desenvuelve nuestro país y por ende su base empresarial.

El tener esta aproximación señala que las operaciones que una empresa puede tener en el área comercial a nivel internacional están delimitadas y cuentan con una serie de reglas para su ejecución, por lo que las microempresas al momento de su vinculación a la actividad comercial internacional se encuentran obligadas a su cumplimiento.

En el caso de los instrumentos de uso común y general a la actividad comercial las microempresas están sujetas a su utilización, también hay que destacar que dicha actividad está dotada de un lenguaje propio, así como de una forma de operatividad particular, por lo que cualquier empresa (independientemente de la categoría a la que pertenezca) debe conocerlo y emplearlo de forma cotidiana en cada una de las transacciones internacionales que realice.

Las microempresas por lo tanto no se encuentran exentas del cumplimiento de las reglas internacionales y del uso del lenguaje propio e instrumentación existente en materia de exportación, sin embargo el desconocimiento de los mismos se manifiesta como uno más de los de los impedimentos o deficiencias para que estas unidades empresariales sean más participativas en la actividad exportadora de México.

REGLAMENTACION DEL REGIMEN DE EXPORTACION EN MEXICO

La revisión de la reglamentación que existe en materia de exportación en México, es el punto de partida sobre el cual las empresas que realizan esta actividad deben basar sus operaciones de comercio exterior, por lo que están sujetas al cumplimiento de cada una de las leyes y reglamentos que en esta materia existen en nuestro país.

Al analizar la contribución de la microempresa en materia de exportación concretamente, es necesario que sea ubicada en el ámbito legal nacional, por lo que se requiere que los ordenamientos que regulan a tan importante actividad sean presentados de forma general, resaltando los elementos más importantes de cada uno de ellos, con la finalidad de contar con las bases sobre las cuales las empresas llevan a cabo su interacción con el exterior en esta materia en particular, ya que toda empresa que exporte en México -sea microempresa o no- debe cumplir .

Por otro lado existe además de la cuestión legal, una serie de instrumentos y programas que en materia de exportación repercuten en la participación que las empresas tienen en la exportación de México. Cabe destacar que la existencia de estos programas que buscan fomentar la exportación de las empresas en nuestro país no se encuentran de ninguna forma diseñados para que la microempresa pueda realizar este tipo de operaciones con el exterior, por lo que la exposición de los mismos en este estudio manifiesta el desinterés oficial existente por atender a tan importante sector empresarial, situación que podrá apreciarse claramente en el desarrollo de este capítulo.

2.1 Concepto de exportación.

La Exportación es una actividad que repercute de forma directa en nuestro comercio exterior. El comercio exterior es el sector externo de la economía, que se encarga de la regulación del intercambio de las mercancías y productos entre proveedores y consumidores residentes en dos o más países diferentes, y estas operaciones se registran en su balanza comercial. Para una mejor comprensión de lo expresado, cabe señalar que la balanza comercial es el registro que enumera y cuantifica el valor monetario de la totalidad de las compras y ventas, únicamente por las mercancías que un país intercambió con el exterior. Por lo tanto; la exportación es indispensable para un país, ya que por medio del incremento de esta actividad puede obtener ingresos que le permitan nivelar los desequilibrios que pudieran existir en sus pagos con el exterior, y a su vez la posibilidad de financiar la continuación de su proceso de desarrollo económico.

Cabe señalar que la exportación es realizada a través de empresas mexicanas que buscan incursionar en el mercado exterior, por lo que es importante destacar que: "...las empresas nacionales salen al extranjero, por diversas razones, las cuales tienen

relación con el deseo de elevar las ventas y utilidades..."¹. lo cual permite el crecimiento de las empresas que constituyen parte del sistema que impulsa nuestra economía.

En términos generales la exportación es una venta que se realiza más allá de nuestras fronteras y su finalidad es asegurar el crecimiento de nuestra planta productiva incrementando nuestra capacidad para ingresar y permanecer en los mercados exteriores a los que exportamos. En otras palabras las exportaciones "...son bienes y servicios producidos por una empresa y enviados luego a otro, en la generalidad de los casos pensamos en la importación y exportación de bienes (automóviles, ropa, zapatos, alimentos, etc., pero también pertenecen a este grupo los servicios prestados por las aerolíneas internacionales, las compañías de navegación, hoteles, despachos de consultoría, constructoras, entre otras."²

Es necesario reconocer que para que una exportación puede llevarse a cabo deben existir los actores que la realicen, en este sentido debe existir un vendedor de determinado producto o mercancía en nuestro país y un cliente en el extranjero que desea el producto o mercancía en cuestión.

Al referirme a una mercancía quiero decir que es todo aquello que se puede vender o comprar y que puede ser clasificada de la siguiente manera:

- ❖ Mercancías tangibles: es todo aquello que se puede ver, tocar, pesar o medir.
- ❖ Mercancías intangibles: es todo aquello que no se puede ver, tocar, pesar o medir, como es el caso de los servicios.

El Código Aduanero de los Estados Unidos Mexicanos en su artículo 8, fracción IV define a la exportación como el envío de mercancías nacionales para su uso o consumo en el exterior. Por lo tanto, si definimos exportación desde el punto de vista jurídico podemos decir que es una venta más allá de las fronteras políticas de un país.

La realización de esta actividad genera los siguientes beneficios:

1. Entrada de divisas para nuestro país que permite la adquisición de materias primas, maquinaria y equipo y cualquier otra mercancía que satisfaga nuestras necesidades.
2. A las empresas exportadoras les ayuda a canalizar sus productos a otros mercados, generando un mayor número de ventas.
3. Contribuye al incremento del empleo y mantenimiento del mismo en el país.
4. Impulsa el desarrollo económico de las empresas nacionales.
5. Contribuye al crecimiento de la planta productiva nacional.
6. Fomenta la integración de cadenas productivas nacionales en diferentes sectores.

En conclusión la exportación es la venta de bienes tangibles e intangibles en el exterior, que es parte fundamental del intercambio comercial de mercancías y servicios que México mantiene con el exterior. La exportación requiere de la existencia dentro de un mismo escenario de dos actores para su ejecución; vendedor y comprador, y es una actividad que genera beneficios al interior de nuestro país, ya que a pesar de que es una venta registrada en el exterior (fuera de nuestras fronteras) incrementa el intercambio de

¹ Valencia Rodríguez, Joaquín, op. cit., p. 32.

²Ibidem, p.35.

divisas y permite que México mantenga una relación más sana con el exterior en su intercambio comercial, además de que a nivel interno fomenta el crecimiento y desarrollo de nuestra planta productiva, al darle a los productores nacionales un mercado mayor que abastecer y la oportunidad de incursionar en el intercambio comercial internacional.

La exportación en nuestro país puede realizarse de tres maneras, las cuales corresponden a los regímenes aduaneros de exportación que de forma general son:

- Exportación definitiva.
- Exportación temporal.
- Tránsito de mercancías.

Las exportaciones definitivas son "...aquellas mercancías salidas del territorio nacional para permanecer en el extranjero por tiempo ilimitado"³.

Las exportaciones temporales son aquellas "...salidas de mercancía del territorio nacional para permanecer en el extranjero por tiempo limitado o determinado con la finalidad específica que podrá ser para su transformación, elaboración o reparación, o bien, para retornarse en el mismo estado"⁴. Los plazos para que este tipo de exportación pueda realizarse es de un mes, seis meses, un año, dos años.

El tránsito de mercancías es el "...libre tránsito de mercancías por el país, ya sea para cruzarlo o para cambiar el punto de revisión de las mercancías..."⁵.

Estos tres regímenes son las maneras en las que una empresa puede exportar en nuestro país y así acreditar la salida de la mercancía exportada de forma legal del mismo. Los regímenes aduaneros de exportación serán explicados de forma más detallada en el desarrollo del presente capítulo.

2.2 Política Comercial.

En nuestro país la exportación es parte de la política comercial, entendiendo por esta el conjunto de instrumentos al alcance del Estado, para mantener, alterar o modificar sustantivamente las relaciones comerciales de un país con el resto del mundo.

La reglamentación del régimen de exportación forma parte de la política comercial externa que nuestro país ha implantado como el medio para controlar la salida de mercancías del mismo. De acuerdo a la definición del Profesor Ortiz Wadgymar la política comercial externa se entiende como el "... conjunto de medidas de carácter fiscal y administrativo, tendiente a controlar, regular y verificar los movimientos de entrada y salida de mercancías y servicios... viene a ser un conjunto de leyes, reglamentos, apoyos, permisos o prohibiciones a que deben ajustarse los artículos de comercio exterior. Desde

³ Maubert Viveros Claudio, *Comercio Internacional aspectos operativos, administrativos y financieros*, Trillas, México, 2001, p. 174.

⁴ *Ibidem*, p. 175.

⁵ *Idem*, p.175.

el punto de vista fiscal, viene a ser el monto de los impuestos que se aplican a la entrada o salida de mercancías y a los cuales se les denomina aranceles."⁶

De acuerdo a los elementos que forman la política comercial externa dentro las leyes que regulan la exportación encontramos:

- ❖ Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.
- ❖ Ley de Comercio Exterior.
- ❖ Ley Aduanera.
- ❖ Tarifa del Impuesto de Exportación e Importación.
- ❖ Ley de Celebración de Tratados.

Dentro de los reglamentos que regulan la exportación encontramos:

- ❖ Reglamento de la Ley de Comercio Exterior.
- ❖ Reglamento de la Ley Aduanera.
- ❖ Resolución Miscelánea de Comercio Exterior

Dentro del esquema de apoyos se encuentran:

- ❖ Ley del Banco Nacional de Comercio Exterior.
- ❖ Ley de Nacional Financiera.
- ❖ Decreto que establece programas de Importación Temporal para Producir Artículos de Exportación (Pitex).
- ❖ Decreto que establece programas de fomento y operación de empresas Altamente Exportadores (Altex).
- ❖ Decreto para el fomento de la industria maquiladora de exportación. (Maquila).
- ❖ Decreto que establece la devolución de impuestos de importación a los exportadores (Draw Back).
- ❖ Decreto para el establecimiento de empresas de comercio exterior (Ecex).
- ❖ Decreto que establece diversos programas de promoción sectorial. (Prosec).
- ❖ Decreto al fomento de ferias mexicanas de exportación (Femex).

2.3 Artículos de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos referentes a la exportación.

Para conocer y comprender la reglamentación de la exportación iniciaré con la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos tomando como punto de partida el artículo 26 Constitucional que menciona que: “El estado organizará un sistema de planificación democrática del desarrollo nacional que imprima solidez , dinamismo, permanencia y equidad al crecimiento de la economía para la independencia y la democratización política, social y cultural de la nación” ⁷. En este artículo encontramos que el crecimiento de la economía es uno de los pilares principales para impulsar el desarrollo económico de México. En este sentido es de suma importancia la actividad exportadora que nuestro país pueda realizar, ya que por medio del incremento de nuestras exportaciones, nuestra inserción en el intercambio comercial con otros países

⁶ Ortiz Wadgyamar Arturo., *Introducción al comercio y finanzas internacionales de México (Evolución y problemas hacia el año 2000)*, Nuestro Tiempo, México, 1999, p. 139

⁷ *Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos*, artículo 26.

será mayor, representando una oportunidad de crecimiento para nuestra planta productiva y un incremento en el nivel de vida de la población que se encuentra vinculada a este sector de la economía.

Es muy importante comprender el papel que juega el poder Ejecutivo en nuestras relaciones comerciales internacionales, de acuerdo a el artículo 89 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos en la fracción X, menciona que es una facultad y una obligación del poder Ejecutivo la dirigencia de nuestra política exterior y la celebración de tratados internacionales. Este aspecto es relevante ya que nuestro país ha firmado varios Tratados de índole comercial que promueven el intercambio comercial de México con otros países, brindándole mayores oportunidades para diversificar sus relaciones comerciales con el exterior. En el artículo 76, encontramos que los Tratados Internacionales que sean firmados por el Ejecutivo Federal, deberán ser aprobados por el Senado de la República.

El gravar las mercancías que se importen o exporten es una facultad de la Federación, tal como lo indica el artículo 131 Constitucional que a la letra dice: “Es facultad privativa de la Federación gravar las mercancías que se importen o exporten, o que pasen de tránsito por el territorio nacional, así como reglamentar en todo tiempo y aun prohibir, por motivos de seguridad o de política, la circulación en el interior de la República de toda clase de efectos, cualquiera que sea su procedencia...”.⁸ Este artículo muestra parte de las acciones que se pueden llevar a cabo por parte de la Federación en materia de política comercial.

Otro elemento importante dentro de la reglamentación de la exportación es la relacionada con el pago de las contribuciones que ésta pueda generar, en el artículo 28 Constitucional hace referencia a que “En los estados Unidos Mexicanos quedan prohibidos los monopolios, las prácticas monopólicas, los estancos y las exenciones de impuestos en los términos y condiciones que fijan las leyes...”⁹; es decir que toda entidad empresarial del sector privado está sujeta al pago de las contribuciones fijadas, de acuerdo a lo citado anteriormente.

La fracción X del artículo 73 constitucional, hace referencia a la facultad que tiene el Congreso de la Unión de legislar en toda la República sobre materia comercial, misma que se refuerza con la fracción XXIX en la que otorgarán el poder de establecer contribuciones sobre el comercio exterior. Esto tiene incidencia directa con la exportación ya que se trata de una actividad netamente comercial, por lo tanto, debe estar controlada y sometida al pago de las contribuciones que el Congreso imponga, que para efectos de exportación en este momento es nula, pero hay que considerar que dicha disposición puede cambiar según la situación de que se trate.

2.4 Plan Nacional de Desarrollo.

Hay que tomar en cuenta que con fundamento en el artículo. 26 Constitucional, el Gobierno Federal realiza el Plan Nacional de Desarrollo, que es el documento rector de la política del país. Durante el transcurso de nuestro actual gobierno (Fox 2001-2006) establece en materia económica lograr un crecimiento con calidad basado en 5 objetivos:

⁸ *Idem*, artículo 131.

⁹ *Ibidem*, artículo 28

- ❖ Conducción responsable de la economía.
- ❖ Aumentar y extender la competitividad del país.
- ❖ Generar un desarrollo incluyente.
- ❖ Lograr un desarrollo regional equilibrado.
- ❖ Establecer las condiciones para alcanzar un desarrollo sustentable.

2.5 Plan Nacional de Desarrollo Empresarial 2001-2006 (PDE).

El Plan Nacional de Desarrollo identifica a la empresa como pilar fundamental de la economía del país, pretendiendo fomentar en cada una de ellas la competitividad y la productividad. Como una herramienta alterna para la consecución de los objetivos planteados encontramos la existencia del Programa de Desarrollo Empresarial 2001-2006 (PDE), como un programa sectorial que abarca particularmente a las micro, pequeñas y medianas empresas.

La vinculación de dicho programa con la actividad exportadora es estrecha, ya que uno de los más importantes objetivos de este, es el desarrollo de cadenas productivas, que fortalezcan el mercado interno y que den la confianza necesaria, para incursionar en el mercado exterior; dicho desarrollo se basa en la conformación de una plataforma empresarial competitiva a nivel nacional e internacional, en el que las empresas del país puedan participar en los mercados internacionales en condiciones más equitativas en sus relaciones de intercambio.

En referencia a las cadenas productivas y de acuerdo a lo plasmado en el PDE, concluyo que son la integración e interacción de forma total y permanente de los siguientes elementos:

1. Incorporación de insumos nacionales para la producción nacional e internacional.
2. Atender el desarrollo de las empresas como unidades de crecimiento económico.
3. Incorporar a un número mayor de personas en el desarrollo de industrias y empresas (proceso productivo).
4. Reconocer la importancia que tienen los organismos empresariales, instituciones educativas y de investigación dentro del proceso de desarrollo y éxito que tienen dichas cadenas.

La importancia de los elementos anteriores radica en que todos ellos, se mueven dentro de un proyecto enfocado a la obtención de crecimiento económico e industrial, este permitirá incrementar el valor y el nivel de producción de nuestra planta productiva y a su vez fomentará la calidad de nuestra producción nacional y de exportación, cooperando en la disminución gradual del nivel de nuestras importaciones.

El PDE es un programa que articula de forma conjunta políticas, estrategias, acciones e instrumentos de corto, mediano y largo plazo que apoyan a las empresas y a los emprendedores en las diversas regiones económicas que conforman el sector productivo del país, vinculando en este sentido a los organismos empresariales, empresarios y emprendedores. Por lo anterior los objetivos del PDE son los siguientes:

- ❖ Proveer de un entorno económico, jurídico y normativo, que permita el desarrollo de las empresas.

- ❖ Facilitar el acceso al financiamiento a las empresas.
- ❖ Promover la gestión, innovación y el desarrollo tecnológico en las empresas.
- ❖ Promover la formación empresarial, las habilidades administrativas, laborales y productivas, orientadas a mejorar la competitividad de las empresas.
- ❖ Desarrollar los sectores productivos del país.

El exportar nos permite vincular la oferta productiva de las empresas mexicanas a los mercados nacionales e internacionales, aprovechando los acuerdos comerciales que México ha suscrito, para la consolidación y promoción de la oferta exportable al exterior.

2.6 Artículos relacionados a la exportación de la Ley de Comercio Exterior.

Como punto de partida es necesario definir lo que se entiende por exportación que es la salida de una mercancía del territorio nacional para su consumo en el extranjero, ya sea en forma temporal o definitiva; así es que en su concepción más simple es el envío de un producto a otro país; pero una actividad aparentemente sencilla, cuenta con una reglamentación específica, que nos permite manejarla y comprender a fondo su dinámica dentro del proceso del intercambio comercial internacional.

Dentro de las leyes que regulan la actividad comercial, y en específico la exportación, encontramos que la revisión de la Ley de Comercio Exterior es fundamental para entender el manejo de las operaciones de carácter internacional.

De acuerdo a lo expresado en el artículo 1 de la Ley de Comercio Exterior que a la letra dice: “La presente Ley tiene por objeto regular y promover el comercio exterior, incrementar la competitividad de la economía nacional, propiciar el uso eficiente de los recursos productivos del país, integrar adecuadamente la economía mexicana con la internacional y contribuir a la elevación del bienestar de la población”¹⁰, podemos rescatar que la economía nacional debe ser impulsada, por medio del uso eficiente de los recursos productivos de nuestro país, buscando la adecuada integración de la economía nacional con la internacional.

En el multicitado artículo 4 encontramos que existe la facultad por parte del Ejecutivo Federal de crear, aumentar, disminuir aranceles, mediante decretos publicados en el Diario Oficial de la Federación, así como en determinadas situaciones puede restringir o prohibir la exportación, importación, circulación o tránsito de mercancías, también puede restringir la exportación o importación de mercancías a través de acuerdos expedidos por la Secretaría de Economía.

Una entidad importante dentro del desarrollo de las exportaciones y de la promoción de las actividades de comercio exterior en México es la Secretaría de Economía, que conforme al artículo 5 de esta ley tiene entre sus facultades para fomentar la exportación las siguientes:

1. Estudiar, proyectar, establecer y modificar medidas de regulación y restricción no arancelarias a la exportación, importación, circulación y tránsito de mercancías.
2. Asignar cupos y permisos previos de exportación e importación.

¹⁰ Ley de Comercio Exterior, artículo 10, Tax Editores, México, 2002.

3. Asesorar a los exportadores mexicanos que se encuentren involucrados en investigaciones en prácticas desleales de comercio y de medidas de salvaguarda en el extranjero.
4. Coordinar las negociaciones comerciales internacionales con las dependencias competentes.
5. Establecer los mecanismos de promoción de las exportaciones.

El órgano que se encargará de ejecutar estas facultades es la Comisión de Comercio Exterior que de acuerdo a esta ley y al artículo 6 de la misma la define como: “ el órgano de consulta obligatoria de las dependencias y entidades de la Administración Pública Federal...”¹¹.

La Ley de Comercio Exterior a través de su contenido manifiesta la existencia de ciertos instrumentos que se deben tomar en cuenta al momento de realizar una exportación, estos factores son variados y abarcan distintos aspectos de un mismo fenómeno. Tal es el caso de la determinación del origen de las mercancías, dicho origen podrá ser determinado para efectos de preferencias arancelarias, de marcado de país de origen, aplicación de cuotas compensatorias y cupos. Existen dos modalidades para la determinación de país de origen, uno es el nacional cuando se manifieste que es de un solo país, o regional, si se considera de más de un país.

Un elemento importante para comprender la exportación son los aranceles, en su concepto más simple los aranceles son los impuestos de aduana que se cobran sobre una mercancía cuando esta se importa o exporta. La Ley de Comercio Exterior en su artículo 4 menciona que se entenderá por aranceles a las cuotas de las tarifas de los impuestos generales de importación y exportación y que podrán ser expresados de las siguientes maneras:

1. Ad valorem: cuando los impuestos se expresen en términos porcentuales del valor en aduana de la mercancía.
2. Específicos: cuando se expresen en términos monetarios por unidad de medida.
3. Mixtos: cuando se trate de una combinación de los dos anteriores.

La expresión de los aranceles puede adoptar distintas modalidades:

1. 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 se excedan de dicho monto.
2. Arancel estacional: cuando se establezcan niveles arancelarios distintos para diferentes periodos del año.
3. Las demás que señale el Ejecutivo Federal.

Nuevamente en el artículo 4 encontramos que existe la posibilidad de restringir o prohibir la exportación de ciertas mercancías como facultad del Poder Ejecutivo, específicamente el artículo 15 enuncia que esto puede suceder en caso de emergencia por abastecer el mercado nacional de productos nacionales o de materias primas, conforme a lo estipulado en los tratados internacionales, cuando se preserve la flora y la fauna, por caso de seguridad nacional, salud pública, sanidad fitopecuaria o ecológica.

¹¹ *Ibidem*, artículo 60.

Los cupos según el artículo 23 de esta Ley, los define como el monto máximo que puede estar dentro de un arancel-cupo o no, que podrá ser exportado o importado de una mercancía, y que la administración de los montos que se determinen será a través de los permisos previos.

Un punto a destacar de la Ley de Comercio Exterior es la promoción de las exportaciones, los objetivos de dicha promoción los podemos encontrar en el artículo 90 que a la letra dice:

“La promoción de exportaciones tendrá como objetivo incrementar la participación de los productos mexicanos en los mercados internacionales.

Las actividades de promoción de exportaciones buscarán:

- I. Aprovechar los logros alcanzados en negociaciones comerciales internacionales;
- II. Facilitar proyectos de exportación;
- III. Contribuir a resolver los problemas que enfrentan las empresas para concurrir a los mercados internacionales;
- IV. Proporcionar de manera expedita los servicios de apoyo del comercio exterior, y
- V. Las demás acciones que señalen expresamente otras leyes y reglamentos.” ...¹²

La Ley de Comercio Exterior promueve la creación de programas de promoción en su artículo 91, en la que el Ejecutivo Federal, a través de la Secretaría de Economía y otras dependencias podrá establecer los programas para la promoción de las exportaciones por medio de Decretos que deben ser publicados en el Diario Oficial de la Federación.

Estos programas pueden ser destinados a las siguientes áreas:

- ❖ Infraestructura.
- ❖ Capacitación.
- ❖ Coordinación.
- ❖ Organización.
- ❖ Financiamiento.
- ❖ Administración Fiscal y Aduanera.
- ❖ Modernización de mecanismos de comercio exterior.

Otro mecanismo por medio del cual se promueve la actividad exportadora es el Premio Nacional de Exportación, que reconoce a exportadores e instituciones involucradas en dicho proceso.

2.7 Reglas aplicables a la exportación de acuerdo con el Reglamento de la Ley de Comercio Exterior.

¹² *Ibidem*, artículo 90.

Dentro del presente ordenamiento de preceptos se menciona a la Comisión de Comercio Exterior, como la entidad que tiene facultades para incidir de manera directa en las actividades comerciales y por supuesto en la exportación. Dentro de las más importantes encontramos en el artículo 9 fracción I de este Reglamento que La Comisión puede establecer, aumentar, disminuir o eliminar los aranceles o preferencias arancelarias a la exportación o importación de mercancías.

En el artículo 15 de este reglamento encontramos los siguientes conceptos:

- I. Permiso previo de exportación o importación: instrumento expedido por la Secretaría de Economía para realizar la entrada o salida de mercancías al o del territorio nacional.
- II. Certificado de cupo: instrumento expedido por la Secretaría de Economía para asignar un cupo máximo o arancel-cupo a la exportación o importación.

Para efectos de llevar un registro de las operaciones de comercio exterior la Secretaría podrá sujetar la importación o exportación a los permisos automáticos. La Secretaría otorgará su autorización solo a las personas físicas o morales que reúnan los requisitos legales para efectuar las operaciones de comercio exterior.

Este permiso contendrá los siguientes datos: régimen de la operación de comercio exterior, ya sea importación o exportación; nombre del beneficiario, fracción arancelaria, descripción del producto; valor y cantidad que se autorice importar o exportar y el periodo de vigencia. Una característica de dicho permiso es que es intransferible.

2.8 Comisión Mixta para la promoción de las exportaciones (Compex).

Considero que es de suma importancia el fomento que tanto el sector público y privado pueda realizar para alentar la exportación de nuestros productos a otros países, el mecanismo que la Ley de Comercio Exterior y este reglamento mencionan es la Comisión Mixta para la promoción de las exportaciones en la que encontramos la vinculación de ambos sectores para un mismo fin.

Esta Comisión Mixta tiene por objetivo el análisis, la proposición, la evaluación y la concertación de acciones entre el sector público y privado en materia de bienes y servicios. Esta integrada por las siguientes entidades:

- I. Dependencias de la Administración Pública Federal:
 - A. Secretaría de Relaciones Exteriores;
 - B. Secretaría de Hacienda y Crédito Público;
 - C. Secretaría de Desarrollo Social;
 - D. Secretaría de Energía, Minas e industria Paraestatal;
 - E. Secretaría de Economía;
 - F. Secretaría de Agricultura y Recursos Hidráulicos;
 - G. Secretaría de Comunicaciones y Transportes;
 - H. Secretaría de Salud;
 - I. Secretaría del trabajo y Previsión Social;
 - J. Secretaría de Pesca;
 - K. Nacional financiera, y

L. Banco Nacional de Comercio Exterior.

II. Organismos del Sector Privado:

- A. Consejo Coordinador Empresarial;
- B. Asociación Nacional de Importadores y Exportadores de la República Mexicana;
- C. Consejo Nacional de Comercio Exterior;
- D. Consejo Empresarial Mexicano para Asuntos Internacionales;
- E. Confederación de Asociaciones de Agentes Aduanales de la República Mexicana;
- F. Confederación Patronal de la República Mexicana;
- G. Confederación Nacional de Cámaras de Comercio;
- H. Confederación Nacional de Cámaras de la Industria;
- I. Cámara Nacional de la Industria de la Transformación;
- J. Cámara Nacional de Comercio de la Ciudad de México, y
- K. Consejo Nacional Agropecuario.

Dentro de las actividades más importantes que desarrolla esta Comisión se encuentran: el diseño e instrumentación de políticas y lineamientos, mecanismos y criterios para la promoción de las exportaciones de bienes y servicios, la coordinación de las acciones de las dependencias y entidades de la Administración Pública Federal en materia de promoción de las exportaciones.

Con respecto al aspecto administrativo propone y promueve la agilización de trámites administrativos y la eliminación de obstáculos que impidan el buen desempeño del sector exportador; así como diseña y determina la participación y los procedimientos de participación de los gobiernos de las entidades federativas para promocionar la actividad comercial hacia el exterior de cada una de ellas.

El apoyo que el sector exportador pueda recibir tanto del sector público como privado es fundamental para determinar el rumbo de la actividad exportadora, por ello la conjunción de los esfuerzos en ambos sectores y sobre todo en conjunto pueden apoyar para un óptimo desarrollo y fomento de las exportaciones por medio del impulso a los proyectos de exportación, que tengan viabilidad técnica y financiera.

La Comisión apoya el crecimiento de una actividad de exportación, esto lo realiza a través de la organización de seminarios y eventos en materia de comercio exterior y por la elaboración y distribución de publicaciones especializadas en la materia, así como promocionar la participación de los exportadores en el Premio Nacional de Exportación.

2.8.1 Sistema Nacional de Promoción Externa.

El Sistema Nacional de Promoción Externa es el mecanismo por medio del cual se lleva a cabo la coordinación de las actividades de promoción del comercio e inversión que realicen las dependencias e identidades de la Administración Pública Federal, se encarga también de la promoción de los programas de fomento a las exportaciones decretados por el ejecutivo.

Entre los objetivos de dicho sistema se encuentra el de coordinar la promoción de proyectos comerciales y de inversión que se realizan por las entidades involucradas en el aspecto público y privado, a su vez mantiene informados a ambos sectores de las

oportunidades de negocios y maneja un sistema computarizado que se encarga de dar seguimiento y evaluación a los proyectos.

Este Sistema opera en cuatro áreas que son:

- A. Promoción de la Demanda interna de empresas establecidas en México por inversión Extranjera y alianzas estratégicas;
- B. Promueve la oferta internacional de inversionistas con interés de invertir o suscribir alianzas productivas y mercantiles con empresas mexicanas;
- C. Promoción de la Oferta exportable Mexicana y
- D. Promoción de la demanda internacional por productos mexicanos.

2.8.2 Establecimiento Anual de Promoción del Comercio y la Inversión.

Esta Promoción anual del comercio y la inversión se realiza por medio del establecimiento del programa Especial de Misiones, Ferias y Eventos, este cuenta con la participación de los siguientes organismos y entidades:

- A. Banco Nacional de Comercio Exterior;
- B. Consejo Mexicano de Inversión;
- C. Consejo Coordinador Empresarial ;
- D. Asociación Nacional de Importadores y Exportadores de la República Mexicana;
- E. Consejo Nacional de Comercio Exterior;
- F. Consejo Empresarial Mexicano para Asuntos internacionales;
- G. Confederación de Cámaras de Comercio;
- H. Confederación Nacional de Cámaras de Industria;
- I. Cámara Nacional de Comercio de la ciudad de México y
- J. Otros organismos que sean determinados por la Secretaría de Economía.

2.8.3 Premio Nacional de Exportación.

El Premio Nacional de exportación es un instrumento que es manejado por el Gobierno Federal que premia y reconoce cada año, la constancia, el esfuerzo y la creatividad del gremio exportador nacional y de aquellas instituciones que apoyan la exportación. Fomenta la competitividad de las ventas al exterior de productos y servicios mexicanos, mediante el reconocimiento de la excelencia de las empresas e instituciones que contribuyen al desarrollo de las exportaciones, y que se distinguen por su creatividad, innovación y crecimiento en esa actividad.

Entre los objetivos de dicho premio podemos encontrar la estimulación al aumento y diversificación de las ventas de productos mexicanos en el exterior, fomentar el desarrollo de mecanismos que apoyen el crecimiento de las exportaciones mexicanas, fomentar la creación y consolidación de una cultura exportadora y difundir la calidad y competitividad a nivel internacional de los productos mexicanos. Otras pretensiones importantes de dicho premio es que busca la creación de un efecto multiplicador en la comunidad exportadora; sobre las mejores prácticas del sector, favorecer el uso de

instrumentos de fomento a las exportaciones; contribuir a la simplificación de las mejoras operativas y rendimiento financiero de los exportadores mexicanos a través de recomendaciones prácticas sobre sus diversas áreas; promover la viabilidad de las empresas, y ofrecer herramientas de diagnóstico y de mejora continua.

El Premio Nacional de Exportación es la máxima distinción que se otorga a las empresas exportadoras mexicanas que contribuyen con sus productos o servicios a difundir internacionalmente la excelencia y competitividad de la oferta exportable mexicana, así como a las instituciones educativas que favorecen el desarrollo del sector exportable nacional.

2.9 Ley Aduanera.

La Ley aduanera por su contenido trata aspectos más específicos de la exportación, así como de sus actores. Dicha Ley proporciona información sobre aspectos prácticos y de uso común en el proceso de exportación. Esta Ley regula la entrada y la salida de México de mercancías, apoyándose en otras legislaciones como la de los Impuestos Generales de Importación y Exportación. Por lo tanto se encuentran sujetos a cumplir sus ordenamientos quienes efectúen operaciones de importación y exportación.

Como el proceso de exportación de forma sencilla puede ser entendido como la venta de mercancías en el extranjero, es pertinente tener un concepto claro de lo que es una mercancía. Al respecto señala la fracción II del artículo 2 de esta ley que se consideran mercancías, los productos, artículos, efectos y cualesquiera otros bienes aún cuando las leyes los consideren inalienables o irreductibles a propiedad particular, lo cual quiere decir que prácticamente todo lo que se puede ver, tocar, pesar o medir puede considerarse como una mercancía.

Otros conceptos importantes contenidos en el artículo 2 fracción V es el de impuestos al comercio exterior y debe entenderse como los impuestos generales de importación y de exportación conforme a las tarifas de las leyes respectivas, así como en la fracción VIII menciona como mecanismo de selección automatizado al mecanismo que determinará si la mercancía se someterán a reconocimiento aduanero o segundo reconocimiento.

También es importante saber cómo define la Ley a los recintos fiscales, esto lo hace en el artículo 14 como aquellos lugares en donde las autoridades aduaneras realizan indistintamente las funciones de manejo, almacenaje, custodia, carga y descarga de las mercancías de comercio exterior, fiscalización, así como el despacho aduanero de las mismas. En este artículo se menciona la diferencia entre recinto fiscal y fiscalizado, es importante comprender que en el caso del fiscalizado se refiere a la concesión que el Servicio de Administración Tributaria (SAT) hace a los particulares de realizar las mismas actividades en un inmueble ubicado dentro del recinto fiscal.

En materia de impuestos al comercio exterior encontramos que para la exportación existe el General de Exportación, y que este se determina de acuerdo a la ley respectiva en la materia. Quienes se encuentran obligados al pago de los impuestos al comercio exterior son las personas físicas o morales que extraigan mercancías del territorio nacional.

La salida de mercancías del territorio nacional según prevé esta Ley en su artículo 52 puede ser realizada por:

- A) El remitente en exportación o el destinatario en importación.
- B) El propietario de las mercancías o el poseedor de las mercancías.

Por lo que están sujetos al pago de los impuestos de comercio exterior quienes envíen las mercancías al mercado exterior y en su caso el agente aduanal al cual se le haya encargado la tarea de realizar la exportación, entendiéndose por agente aduanal a la persona que por cuenta de otra (exportador o importador) realiza ante la aduana los trámites correspondientes al despacho de mercancías y cuentan con autorización (patente) de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público.

Para una mejor comprensión una aduana es la unidad administrativa encargada de aplicar la legislación relativa a la importación y exportación, así como de recaudar los impuestos antes mencionados.

Hay que recordar que: "...toda empresa o persona física que realice actividades lucrativas está sujeta a la obligación de pago de impuestos al gobierno federal, según lo determinado en el artículo 31 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, y para poder realizar estos pagos de impuestos, se requiere la obtención del RFC (Registro Federal de Contribuyentes)..."¹³, dicho registro es indispensable para que los exportadores puedan beneficiarse de los mecanismos de apoyo para la realización de sus exportaciones, además de la posibilidad de solicitar la devolución del Impuesto al Valor Agregado (IVA), así como para la realización de trámites ante cualquiera de las dependencias de gobierno e instituciones bancarias.

La Ley Aduanera en su artículo 90 determina que existen distintos regímenes de exportación y son los siguientes:

- A) Definitivo de exportación: es la salida de mercancías nacionales o nacionalizadas de territorio nacional para permanecer en el extranjero por tiempo ilimitado.
- B) Temporal de exportación: es la salida de las mercancías nacionales o nacionalizadas de territorio nacional para permanecer en el extranjero por un tiempo limitado con una finalidad específica y puede adoptar las modalidades siguientes:
 1. Para retornar al país en el mismo estado como es el caso de los envases de las mercancías, remolques, semiremolques para transporte de las mismas, muestras o muestrarios de productos, piezas de arte para exposiciones en el extranjero.
 2. Para elaboración, transformación o reparación de las mercancías en el extranjero, que retornan al país para quedarse en él, o salir nuevamente como exportación definitiva.

2.10 Algunos aspectos relevantes de la exportación contenidos en el Reglamento de La Ley Aduanera.

¹³ Maubert Viveros, Claudio, *op.cit.*, p. 135.

Esta reglamentación se refiere a la delimitación de conceptos aplicables a la exportación en su aspecto práctico. Es necesario comprender que el proceso de exportación para su operatividad implica el conocimiento de principios básicos por medio de las personas involucradas en su ejecución.

En este sentido es importante comprender que la salida de mercancías deben ser realizadas por las aduanas, secciones aduaneras, aeropuertos internacionales, cruces fronterizos autorizados, puertos y terminales ferroviarias que cuenten con servicios aduanales.

La delimitación de los lugares para efectuar la extracción del territorio nacional de mercancías, hacen referencia a las vías por medio de las cuales se puede efectuar esta operación y pueden ser los siguientes:

1. Vía Marítima por medio de una embarcación.
2. Vía Aérea por medio de una aeronave.
3. Vía Fluvial por medio de una embarcación.
4. Vía Postal por medio de una aeronave.
5. Otros medios de conducción, a través de ductos, tuberías, cables u otros medios.

2.11 Resolución Miscelánea de Comercio Exterior.

La Resolución Miscelánea de Comercio Exterior, es el ordenamiento de reglas que establecen disposiciones de carácter general que se publican anualmente y que son agrupadas para facilitar su conocimiento por parte de los contribuyentes.

En este ordenamiento se agrupan aquellas disposiciones de carácter general aplicables al comercio exterior, el cual para fines de identificación y por el tipo de leyes en la que se encuentra basado se le ha denominado con este nombre.

Para un mejor manejo de la resolución, así como para su identificación y consulta de las diferentes reglas contenidas en la misma, se usará el formato integrado por tres componentes: Título, capítulo y número progresivo de cada regla, separados por un punto. Ejemplo:

Título

3.Ley Aduanera

Capítulo

3.1 Información que deben proporcionar quienes efectúen el transporte aéreo de pasajeros.

Número Progresivo

3.1.1 Información sobre vuelos efectuados por taxis aéreos.

La Resolución Miscelánea de comercio Exterior se refiere a las reglas que aplican para casos concretos y que no se encuentran en las Leyes en la materia, son aplicadas para casos específicos, es decir que este ordenamiento se va actualizando anualmente a la realidad y a los casos específicos que en materia de comercio exterior se estén realizando como una actividad preponderante en ese momento.

2.12 Programas gubernamentales de fomento a las exportaciones.

La Secretaría de Economía es la entidad gubernamental encargada de la promoción y de la prestación de servicios de información, asesoría y capacitación relacionados con el comercio exterior. También es responsable de apoyar a las empresas o personas con actividad empresarial mediante la creación, operación y evaluación de programas destinados a las exportaciones. Regula también los cupos de exportación e importación; realiza los trámites, permisos y autorizaciones para las exportaciones e importaciones de mercancías negociadas o restringidas en convenios internacionales.

2.12.1 Antecedentes de los programas gubernamentales de fomento a las exportaciones

Como antecedente de los programas gubernamentales de fomento a las exportaciones se encuentra el de la Industria Maquiladora que se remonta al año de 1965 y que fue parte del Programa de Industrialización de la Frontera Norte que pretendía incrementar el nivel de empleo e industrialización en la región fronteriza del país.

En 1970 se establecen estímulos a la exportación mediante mecanismos de devolución de impuestos indirectos y del impuesto general de importación a los exportadores y productos manufacturados de acuerdo a la proporción de insumos nacionales utilizados.

En ese año se crea el Instituto Mexicano de Comercio exterior con el objetivo de coordinar los esfuerzos de los sectores público y privado en la promoción de nuestros intercambios y racionalizar las importaciones tanto del gobierno como de los particulares, también, se pretendió la organización de los productores en unidades que se orientaran a la exportación.

Se crearon los consorcios de exportación, que es la unión de varias microindustrias trabajando de forma conjunta para elevar el nivel de la producción de exportación en distintos giros como el de alimentos, metalmecánica, textil, y de artesanías.

El 28 de Agosto de 1975 nacen las Empresas de Comercio Exterior con la publicación en el Diario Oficial del "Acuerdo que dispone el otorgamiento de incentivos fiscales a favor de las Empresas de Comercio Exterior"

Los antecedentes más próximos a el resto de los programas de fomento se pueden ubicar dentro de los años de 1976-1982 ya que es hasta ese momento que se integra en una sola dependencia todo lo concerniente al comercio exterior.

Se impulsó el desarrollo económico a través de los cambios realizados en la política comercial los cuales se plasman en el Programa Nacional de Fomento Industrial y comercio exterior (Pronafice) y el sectorial que se llamó Programa de Fomento a las

Exportaciones (Profiex). Dentro de esta óptica se creó el Programa de Importación Temporal (Pitex) en 1985 y en 1986 se creó el Programa de las Empresas Altamente Exportadoras (Altex).

Para 1996 aproximadamente el 70% de las exportaciones no petroleras de nuestro país provienen de empresas con programas Pitex o Maquiladoras, con lo que se demuestra la importancia de los programas de fomento a las exportaciones.

2.12.2 Estructura actual de los Programas de Fomento a las Exportaciones.

En primer término los esquemas de fomento a las exportaciones son aplicados en las empresas que se encuentran relacionadas con la exportación y se pueden clasificar por el tipo de actividad que la empresa realice:

- A) Productores.
- B) Comercializadoras.
- C) Servicios.
- D) Mecanismos Auxiliares.

Para los productores que son las empresas que se dedican a realizar procesos de elaboración, adaptación, ensamble o transformación, los programas que pueden ser aplicados en ellas son: Pitex y Maquiladora.

Para empresas productoras que no sean maquiladoras y que no estén registradas en el RNIME (Registro Nacional de la Industria Maquiladora de Exportación) se cuenta con el Programa de Empresas Altamente Exportadoras.

En el caso de las empresas comercializadoras, el programa aplicable sería el de Empresas de Comercio Exterior (Ecex), cabe señalar que este programa es un requisito previo para poder acceder a programas como Altex y Pitex.

Para las empresas prestadoras de Servicios, existe el Programa de Importación Temporal de Servicios Integrados a la Exportación.

2.12.2.1 Programa de Importación temporal para Producir Artículos de Exportación (Pitex).

Es un instrumento de promoción a las exportaciones mediante al cual se permite a los productores de mercancías destinada a la exportación, importar insumos y componentes que se incorporarán físicamente al producto de exportación, los cuales se verán libres del pago de aranceles (impuestos) e IVA (Impuesto al Valor Agregado) en el caso de que provengan y se destinen a países del TLCAN (Tratado de Libre Comercio de América del Norte), o se destinen a países no TLCAN. También se obtendrán algunas exenciones si los insumos provienen de un país no TLCAN y estos se incorporan a productos de exportación para países TLCAN.

Este fue publicado el 3 de Mayo de 1990 en el Diario Oficial de la Federación y beneficia al exportador directo que es la persona moral residente en el territorio nacional, productora de bienes no petroleros y que los destina al exterior, mediante el pedimento de

exportación. La persona moral para obtener la aplicación del programa debe contar con una planta que es el espacio o nave industrial que sea identificable por contar con instalaciones productivas físicamente independientes del resto de la empresa, que cuentan con un proyecto específico de exportación, como la fabricación de un producto diferenciado del resto de los elaborados por la empresa.

El programa establece las siguientes mercancías como susceptibles de importación temporal: materias primas, partes, componentes materiales auxiliares, envases, material de empaque, combustibles y lubricantes que se utilicen en el proceso de producción de las mercancías de exportación, así como contenedores y cajas de trailer, herramientas, equipos y accesorios de investigación, maquinaria, aparatos, instrumentos y refacciones para el proceso productivo, equipo de laboratorio y de medición.

2.12.2.2 Programa de Empresas Altamente Exportadoras (Altex).

Es un instrumento de promoción a las exportaciones de productos mexicanos con el fin de apoyar la operación de las empresas mediante facilidades administrativas y fiscales. Las personas físicas o morales establecidas en el país, productoras de mercancías no petroleras, que demuestren haber exportado directa o indirectamente dos millones de dólares o el cuarenta por ciento de sus ventas totales en el periodo de un año, pueden obtener los siguientes beneficios: devolución inmediata del saldo del impuesto al valor agregado (IVA) a su favor, exención del requisito de segunda revisión de las mercancías exportadas en la aduana de salida (sólo si han sido despachadas en una aduana interior) y acceso gratuito al Sistema de Información Comercial, administrado por la Secretaría de Economía.

Este programa se publicó mediante Decreto el 3 de Mayo de 1990, y pone de manifiesto que deberá de entenderse por Empresa Altamente Exportadora a las personas morales productoras de mercancías no petroleras de exportación, que participan de manera dinámica y permanente en los mercados internacionales, así como por exportador directo debe entenderse a las personas que establecidas en México, producen bienes no petroleros, y que vende dichos productos directamente en el exterior y por exportador indirecto al productor de bienes no petroleros proveedor de insumos incorporados a productos vendidos en el exterior por cualquier persona y por Constancia de Registro al comprobante de inscripción en el Registro Nacional de Empresas Altamente Exportadoras.

2.12.2.3 Empresas de Comercio Exterior (Ecex).

Es un instrumento de promoción a las exportaciones mediante el cual las empresas comercializadoras podrán acceder a los mercados internacionales con facilidades administrativas y apoyos financieros de la banca de desarrollo y obtener otros beneficios como la expedición automática de constancia Altex, y también pueden inscribirse a un programa Pitex. Las empresas Ecex pueden expedir la Constancia de Exportación con la cual las mercancías amparadas en dicha constancia se consideran exportadas definitivamente. Esta constancia no requiere de la presentación de un pedimento de exportación, sin embargo las mercancías que ampare deben ser exportadas en su totalidad.

Otra ventaja es la atención especial que reciben de la banca de desarrollo, de instituciones como Nacional Financiera (Nafin) que puede financiar sus proyectos de exportación. Otra institución de la cual las empresas Ecex pueden obtener beneficios es del Banco Nacional de Comercio Exterior (Bancomext), ya que cuentan con reducción en los costos que pueda generar la asesoría que brinda esta institución, así como en productos y servicios, esto con el objetivo de garantizar una mejor inserción en los mercados internacionales.

Entre las empresas Ecex existen dos modalidades:

- A) **Empresas de Comercio Exterior Consolidadoras de Exportación:** Son las empresas que se encuentran constituidas conforme a la Ley de Sociedades Mercantiles, que cuentan con un capital mínimo de 2 millones de pesos y que desarrolla actividades de integración y consolidación de exportaciones. También presta servicios para apoyar a las empresas productoras en sus operaciones de comercio exterior, capacita a empresas productoras pequeñas y medianas en el diseño, desarrollo y adecuación de sus productos conforme a la demanda del mercado internacional, y prestan servicios complementarios a la comercialización y que realiza exportaciones que provienen como mínimo de cinco empresas productoras nacionales.
- B) **Empresas de Comercio exterior Promotoras de Exportación:** Son también empresas que se encuentran constituidas conforme a la Ley General de Sociedades Mercantiles, que cuentan con un capital social mínimo de 200 mil pesos y que realizan actividades de comercialización de mercancías en los mercados internacionales, identifican y promueven las mercancías mexicanas en el exterior, con el fin de incrementar su demanda. Realizan exportaciones de por lo menos tres empresas productoras nacionales.

2.12.2.4 Programa para el Impulso de la Industria Maquiladora.

Tiene como objetivo promover la creación de empresas comercializadoras de insumos para la industria maquiladora de exportación, cuyo propósito sea realizar operaciones de abastecimiento de materias primas, partes y componentes de origen nacional o extranjero que se integren a los productos de exportación del sector maquilador y empresas Pitex, facilitando con ellos las operaciones que realizan bajo sus respectivos programas para la exportación.

Por operación de maquila se entiende el proceso industrial o de servicio destinado a la transformación, elaboración o reparación de mercancías de procedencia extranjera importadas temporalmente para su exportación posterior.

La Maquiladora de Exportación es la empresa a la que por medio de la autorización de la Secretaría de Economía se le permite el desarrollo de sus operaciones dentro de un proyecto de maquila de exportación y tiene diferentes modalidades:

- A) Maquiladora por capacidad ociosa: a la empresa que establecida y orientada a la producción para el mercado nacional, le sea aprobado un programa de maquila de exportación.
- B) Maquiladora de servicios: a la empresa a la que le sea aprobado un programa de maquila y cuya actividad sea la de realizar servicios que tengan como finalidad la exportación o apoyar a ésta respecto de empresas maquiladoras y empresas con programa de importación temporal para producir artículos de exportación.
- C) Maquiladora que desarrolle programas de albergue: a la empresa que le sea aprobado un proyecto de exportación y a la cual, empresas extranjeras le faciliten la tecnología y el material productivo sin que estas últimas operen directamente dichos proyectos.
- D) Submaquila: es el proceso complementario industrial o de servicios destinados a la transformación, elaboración o reparación de la actividad objeto del programa, realizados por persona distinta al titular del mismo.

La empresa maquiladora de exportación debe generar elementos de crecimiento a nivel nacional como: incrementar el empleo, fortalecer la balanza comercial del país por medio de una mayor entrada de divisas, integrar cadenas productivas nacionales y elevar la competitividad internacional de la industria nacional, así como la capacitación de los trabajadores e impulsar el desarrollo y la transferencia tecnológica del país.

2.12.2.5 Ferias Mexicanas de Exportación (Femex).

Este es un instrumento de promoción destinado a fomentar la realización de ferias en el país que promuevan la exportación de mercancías mexicanas a los mercados internacionales. Una feria es un acto de realización periódica en que diversos expositores exhiben u ofrecen uno o más productos o servicios con la finalidad de fomentar sus relaciones comerciales internacionales y atraer posibles compradores del exterior.

Para obtener el Certificado de Ferias Mexicanas de Exportación es necesario que el objetivo primordial de las empresas que desean obtenerlo sea el de promover las exportaciones no petroleras, que cuenten con la experiencia mínima de tres años en la organización y realización de ferias de exportación y que comprueben que han realizado ferias de exportación, presentando un programa con la organización y periodicidad con la cual realizarán sus ferias en lo sucesivo y que cuenten además con la infraestructura necesaria adecuada para cada exhibición.

Para la solicitud de este certificado es indispensable demostrar que para la organización del evento se cuenta con un capital mínimo de \$1 millón doscientos mil pesos, y que garanticen la participación de por lo menos 100 empresas expositoras nacionales y la visita de 100 empresas extranjeras especializadas en el ramo de la feria.

Otra modalidad de participación es como constructores que presenten proyectos viables para la construcción del recinto en el cual se celebrará la feria, sus proyectos deben especificar las características de infraestructura y de servicios, así como la calendarización de la obra y su fecha de conclusión.

2.12.2.6 Programas de Promoción Sectorial (Prosec).

Es un instrumento dirigido a empresas productoras de determinadas mercancías, mediante las cuales se les permite importar con arancel-ad valorem preferencial (Impuesto General de Importación) diversos bienes para ser utilizados en la elaboración de productos específicos, independientemente de que las mercancías a producir sean destinadas a la exportación o al mercado nacional.

Para el Prosec, un productor es la empresa que establecida en el país, produce un bien o producto. Existen dos tipos de productores:

- A) Productor Directo: empresa que manufactura sus propios bienes o productos.
- B) Productor Indirecto: empresa que somete a un proceso industrial sus bienes o productos a otra empresa que se encarga de su transformación en bienes distintos para proveerlos a los productores directos.

Los sectores que se encuentran amparados por un Prosec son los siguientes:

1. De la Industria Eléctrica;
2. De la Industria Electrónica;
3. De la Industria del Mueble;
4. De la Industria del Juguete, Juegos de Recreo y Artículos Deportivos;
5. De la Industria del Calzado;
6. De la Industria Minera y Metalúrgica;
7. De la Industria de Bienes de Capital,
8. De la Industria Fotográfica;
9. De la Industria de Maquinaria Agrícola;
10. De las Industrias Diversas;
11. De la Industria Química;
12. De la Industria de Manufacturas de Caucho y Plástico;
13. De la Industria Siderúrgica;
14. De la industria de Productos Farmacoquímicos, Medicamentos y Equipo Médico;
15. De la Industria del Transporte, excepto el Sector de la Industria Automotriz y de Autopartes;
16. De la Industria del Papel y Cartón;
17. De la Industria de la Madera;
18. De la Industria del Cuero y Pieles;
19. De la Industria Automotriz y de Autopartes;
20. De la Industria Textil y de la Confección;
21. De la Industria de Chocolates, Dulces y Similares, y
22. De la Industria del Café.

2.12.2.7 Programa de Devolución de Impuestos de importación a los exportadores (Draw Back).

Es un instrumento de promoción a las exportaciones mediante el cual se reintegra al exportador el valor de los impuestos causados por la importación de materias primas, partes y componentes, empaques y envases y otros materiales incorporados al producto exportado, o bien para la importación de mercancías que se retornen al extranjero en el mismo estado o que hayan sido sometidas a procesos de reparación o alteración.

El Decreto que establece la devolución de impuestos de importación a los exportadores, en su artículo 2 fracción IV hace mención a el concepto de insumo que a la letra dice: "...a las materias primas, partes y componentes, empaques y envases, combustibles, lubricantes y otros materiales o mercancías de origen extranjero incorporados a las mercancías de exportación" ¹⁴.

Las empresas que realicen exportaciones definitivas pueden solicitar la devolución de los impuestos de importación que se pagaron para la elaboración de las mercancías exportadas o que sean exportadas en la misma condición, dentro de este decreto se exporta en estas condiciones cuando: "...se retorne en el mismo estado sin haberse sometido a ningún proceso de elaboración, transformación o reparación o cuando se sujeta a operaciones que no alteran materialmente las características de las mercancías, tales como operaciones de carga, descarga, recarga, cualquier movimiento necesario para mantenerla en buena condición, o transportarla, así como procesos tales como la simple dilución de agua o en otra sustancia; la limpieza, incluyendo la remoción de óxido, grasa, pintura u otros recubrimientos; la aplicación de conservadores, incluyendo lubricantes, encapsulación protectora o pintura para conservación, el ajuste, limado o corte, el acondicionamiento en dosis, o el empaçado, reempaçado, embalado o reembalado; la prueba, marcado, etiquetado, clasificación o mezcla". ¹⁵

2.13 Secretarías de Estado y Organismos Públicos que apoyan la exportación.

De acuerdo a la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal establece que para la organización de la Administración Pública Federal contará con el apoyo de Secretarías de Estado con un área de competencia diferente pero complementaria para la consecución de los objetivos de la Administración Pública.

En el artículo 10 de este ordenamiento se menciona que cada Secretaría de Estado tendrá el mismo rango pero que con respecto de los asuntos de su competencia cada una puede formular sus proyectos, leyes, reglamentos, acuerdos y órdenes que reciban del Poder Ejecutivo.

En el artículo 26 se dice que para el despacho administrativo de los asuntos del orden administrativo, el Poder Ejecutivo de la Unión contará con las siguientes dependencias:

- ❖ Secretaría de Gobernación;
- ❖ Secretaría de Relaciones Exteriores;
- ❖ Secretaría de la Defensa Nacional;
- ❖ Secretaría de Marina;
- ❖ Secretaría de Seguridad Pública;
- ❖ Secretaría de Hacienda y Crédito Público;
- ❖ Secretaría de Desarrollo Social;
- ❖ Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales;
- ❖ Secretaría de Energía;

¹⁴ "Decreto que establece la devolución de impuestos de importación a los exportadores", *Ley de Comercio Exterior*, artículo 2, fracción IV.

¹⁵ *Idem*

- ❖ Secretaría de Economía;
- ❖ Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación;
- ❖ Secretaría de Comunicaciones y Transportes;
- ❖ Secretaría de la Función Pública;
- ❖ Secretaría de Educación Pública;
- ❖ Secretaría de Salud;
- ❖ Secretaría del Trabajo y Previsión Social;
- ❖ Secretaría de la Reforma Agraria;
- ❖ Secretaría de Turismo, y
- ❖ Consejería Jurídica del Ejecutivo Federal.

Si bien las Secretarías de Estado mencionadas anteriormente fungen como ejecutoras de los asuntos administrativos en nuestro país, no todas se encuentran relacionadas con la ejecución de las exportaciones.

Las Secretarías de Estado vinculadas a la actividad exportadora son las siguientes:

- ❖ Secretaría de Hacienda y Crédito Público.
- ❖ Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación.
- ❖ Secretaría de Economía.
- ❖ Secretaría de Salud.
- ❖ Secretaría de Gobernación.
- ❖ Secretaría de Relaciones Exteriores.

2.13.1 Secretaría de Economía.

Una de las entidades más importantes de la Administración Pública Federal que se encargan del fomento a las exportaciones, es sin duda la Secretaría de Economía que tiene de acuerdo a lo expresado en artículo 5 de la Ley de Comercio Exterior las siguientes facultades:

- A) Estudiar, proyectar y proponer al Ejecutivo Federal modificaciones arancelarias.
- B) Estudiar, proyectar, establecer y modificar medidas de regulación y restricción no arancelarias a la exportación, importación, circulación y tránsito de mercancías.
- C) Establecer las reglas de origen.
- D) Otorgar permisos previos y asignar cupos de exportación e importación.
- E) Asesorar a los exportadores mexicanos involucrados en investigaciones en el extranjero en materia de prácticas desleales de comercio internacional y de medidas de salvaguarda.
- F) Coordinar las negociaciones comerciales internacionales con las dependencias competentes.
- G) Establecer mecanismos de promoción de las exportaciones.

Estos son aspectos que se complementan con el ámbito de competencia que le confiere la Ley de la Administración Pública Federal en su artículo 34, ya que en materia de comercio exterior señala las siguientes:

- A) Formular y conducir políticas generales de la industria y comercio exterior.
- B) Fomentar el comercio exterior del país.
- C) Participar en la fijación de los criterios para el establecimiento de los estímulos al comercio exterior.
- D) Establece y vigila las normas de calidad, pesas y medidas necesarias para desarrollar la actividad comercial, así como las normas y especificaciones industriales.
- E) Organizar y patrocinar exposiciones, ferias y congresos de carácter industrial y comercial.

La participación de la Secretaría de Economía de acuerdo a sus competencias en el desarrollo del comercio exterior realiza actividades con otras instituciones para elevar el nivel de desarrollo de nuestra planta productiva y por ende el de nuestras exportaciones.

2.13.2 Banco Nacional de Comercio Exterior (Bancomext).

La Secretaría de Economía trabaja de manera conjunta con otras instituciones de apoyo en materia de comercio exterior como el Banco Nacional de Comercio Exterior (Bancomext). Este es una institución de banca de desarrollo, ya que presta el servicio público de banca y crédito con sujeción a los objetivos y prioridades del Plan Nacional de Desarrollo. Por medio de esta institución se busca dar la oportunidad de un acercamiento de tipo comercial, entre la oferta exportable de nuestro país y el exterior.

Como una entidad de banca de desarrollo uno de los objetivos primordiales del Bancomext es la de financiar el comercio exterior del país, así como participar de forma activa y permanente en la promoción de dicha actividad que abarca la preexportación, exportación, importación y sustitución de importación de bienes y servicios.

Dentro de los objetivos del Banco Nacional de Comercio Exterior encontramos:

- A) Otorgar apoyos financieros.
- B) Proporcionar información y asistencia técnica y financiera.
- C) Promover las exportaciones mexicanas.
- D) Otorgar financiamiento a la planta productiva exportadora.
- E) Estudiar políticas, planes y programas en materia de fomento al comercio exterior y su financiamiento.
- F) Ser la entidad de consulta de las autoridades competentes, en materia de comercio exterior y su financiamiento.
- G) Participar en las actividades de promoción del comercio exterior como : difusión, estudio de productos y servicios exportables, sistemas de venta, apoyo a la comercialización y organización de productores, comerciantes, distribuidores y exportadores.
- H) Participar en la promoción de la oferta exportable.

Dentro de las empresas que Bancomext apoya encontramos a las "...empresas establecidas en el país, o proyectos viables y rentables, productores de bienes y servicios no petroleros, generadores de divisas, directa o indirectamente, y con potencial exportador, así como importadores de insumos básicos."¹⁶

¹⁶ Maubert Viveros ,Carlos, *op. cit.*, p. 143.

2.13.3 Nacional Financiera (Nafin).

Nacional Financiera es una institución de Banca de Desarrollo, tiene por objeto la promoción del ahorro y la inversión, así como canalizar apoyos financieros y técnicos al fomento industrial y en general, al desarrollo económico nacional y regional de país, además que "...cuenta con sus propios programas de financiamiento, diseñados para lograr que las micro, y pequeñas empresas alcancen niveles elevados de eficiencia y competitividad, que lleguen a ser autofinanciables y tengan un efecto multiplicador del ingreso nacional"¹⁷.

Para ello, fomenta el desarrollo del sector industrial y promueve su eficiencia y competitividad, funge como factor dinámico en los proyectos que buscan el mejor aprovechamiento de los recursos de cada región, con el fin de integrar cada una de ellas para incrementar la producción de bienes exportables por medio del desarrollo tecnológico, la capacitación, la asistencia técnica y el incremento de la productividad para poder reportar una disminución en el proceso en la sustitución de importaciones. Nafin pretende dotar de la infraestructura necesaria para la adecuada prestación de servicios y la realización de cada una de las operaciones que se realicen en la consecución de incrementar el desarrollo de nuestra planta productiva.

Nafin cuenta con seis programas de apoyo para el sector empresarial entre los que podemos encontrar: "Programa para la Micro y Pequeña Empresa (Promyp); Modernización; Desarrollo tecnológico; Infraestructura Industrial, Estudios y Asesorías, y Mejoramiento del medio ambiente."¹⁸.

¹⁷ *Ibidem*, p. 151.

¹⁸ *Idem*.

LA MICROEMPRESA EN MEXICO

La microempresa en México es el sector más grande de empresas constituidas en el país, lo que las convierte en un sector potencial de desarrollo de la economía, sin embargo presenta la existencia de deficiencias en su interior lo que hace que su potencialidad y contribución se vea mermada en la realidad.

El escenario internacional actual pone de manifiesto que las empresas enfrentan nuevas situaciones en las que su subsistencia está estrechamente ligada con el factor competitividad, concepto que se pone en boga en el momento en que nuestro país acepta las nuevas formas en las que se relacionará con el exterior; sin embargo no fue tomado en cuenta que ni la micro, pequeña y mediana empresa nacionales no han logrado desarrollarse para poder ser consideradas como empresas competitivas. Hay que tomar en cuenta que en el sector empresarial "muchas de ellas lograron madurar y convertirse en adultas, otras siguieron en su condición modesta, atendiendo un segmento del mercado, en tanto que otras desaparecieron en virtud de que las empresas trasnacionales las desplazaron del mercado."¹ Lo anterior constituye un punto medular sobre el cual se han gestado muchos de sus problemas actuales, lo que las pone en acción -en la mayoría de los casos- dentro de un círculo vicioso que no les ha sido fácil identificar, ni mucho menos romper.

Por otro lado, y de acuerdo a los lineamientos de esta investigación, hay que considerar que las empresas nacionales y en específico la microempresa, tiene una relación muy débil con el exterior a través de la exportación. Su contribución a esta importante actividad es insignificante, pero no por ello es inexistente, de esta situación surge la necesidad de abordar su problemática y de conocer las dificultades a las que se enfrenta de forma específica. Por otro lado es imperante destacar que dentro de el entorno internacional y nacional prevaleciente, es posible manifestar la existencia de unidades pertenecientes a este sector que realizan un esfuerzo enorme al desarrollar operaciones de esta índole.

La apertura comercial como ya se ha analizado en los capítulos anteriores, ha cambiado el entorno internacional para los países del globo, por lo tanto al ser un movimiento del que nuestro país forma parte, la microempresa se desenvuelve dentro de él, lo cual se manifiesta en la creación de un ambiente hostil en el aspecto en que la microempresa se encuentra muy lejos de ser beneficiada por las supuestas *bondades* que manifiesta otorgar el tener una economía librecambista.

¹ Ortiz Wadgyamar, Arturo, "La pequeña y mediana industrias ante la apertura comercial y el Tratado de Libre Comercio. Los costos de la desprotección industrial en México 1985-1992", Revista Latinoamericana de Economía: Problemas de desarrollo, IIEc, UNAM, abril-junio, 1993, p. 61

En este sentido la revisión realizada del entorno legal y de fomento a las exportaciones en nuestro país, pone de manifiesto que en el aspecto legislativo, la microempresa debe cumplir cabalmente con cada una de las estipulaciones marcadas por la legislación existente en materia de exportación, por el otro lado el conocimiento de los programas de fomento a las exportaciones presenta una inexistente relación con la microempresa, por lo que no existe un vínculo real entre las acciones realizadas por incrementar la participación del sector empresarial nacional a nivel micro en las exportaciones de México.

Todo lo anterior sirve de punto de partida para una mayor comprensión de la problemática que enfrenta el sector microempresarial en particular, manifestando la relación que tiene con el exterior a través de las exportaciones que este pueda realizar. Por lo tanto, este capítulo abarca la problemática que enfrentan las microempresas como sector, poniendo de manifiesto la situación en la que se desenvuelven a partir de la apertura comercial dentro de un escenario globalizado.

3.1 Concepto de empresa.

La microempresa es el objeto principal del presente estudio, sin embargo, antes de hacer referencia a esta, es conveniente que sea mencionado el significado de empresa para partir de un concepto general y posteriormente abordar aspectos más específicos de la misma.

De acuerdo a la literatura existente en esta materia, una empresa es posible definirla de la siguiente manera:

“Es la unidad económica-social en la que el capital, el trabajo y la dirección se coordinan para lograr una producción que responde a los requerimientos del medio humano en que la propia empresa actúa”²

La empresa es una entidad que promueve el crecimiento de la economía, ya que su sola constitución genera movimientos en otros sectores de la misma, por lo que en conjunto puede representar beneficios para sectores como el manufacturero y de servicios.

Existen aspectos comunes a las empresas, sin tomar en cuenta su tamaño ni la actividad de las mismas, ya que cada empresa es diferente, pero todas cuentan de forma general con las siguientes características:

- ❖ Persona Jurídica: ya que desde el momento de su constitución adquiere derechos y obligaciones estipuladas por las leyes que la rigen.
- ❖ Unidad Jurídica: porque tiene una finalidad lucrativa, y el propósito de obtener ganancias debe estar dentro de la realización de actividades legales.
- ❖ Acción Mercantil: esto se entiende como la relación existente en las actividades que realiza, ya que compra para producir y produce para vender.

² Rodríguez Valencia, Joaquín, *Organización contable y administrativa de las empresas*, ECAFSA, México, 2001, p. 2.

- ❖ Responsabilidad del Riesgo de Pérdida: En este aspecto es importante destacar que la empresa es la única responsable de la conducción de la misma, y por lo tanto de los resultados obtenidos, ya sea en caso de ganancia o pérdida.

Las empresas pueden ser clasificadas de acuerdo a su nivel de inversión, a la tecnología que utilizan, a las oportunidades de empleo que generan, a las actividades que realizan, solo por citar algunos ejemplos y las diferencias entre estas es lo que hace necesaria su clasificación.

3.2 Clasificación de las empresas en México.

La clasificación de una empresa puede realizarse de acuerdo a los siguientes criterios:

- ❖ Actividad o giro.
- ❖ Constitución patrimonial.
- ❖ Magnitud de la empresa.
- ❖ Función económica.

De acuerdo a Joaquín Rodríguez Valencia, en la actividad o giro encontramos a las empresas que se desarrollan en las siguientes áreas:

- ❖ Industriales: Empresas en las que la actividad principal es la producción de bienes mediante actividades de transformación y extracción de materias primas. Estas empresas se subdividen como se detalla a continuación:
 1. Extractivas: Se dedican a la extracción y explotación de los recursos naturales, sin modificar su estado natural.
 2. Manufactureras: Se dedican a adquirir materia prima para transformarla y obtener finalmente un producto con características y naturaleza diferentes a las originales.
 3. Agropecuarias: Su función básica es la explotación de la agricultura y la ganadería.
- ❖ Comerciales: Son empresas que se dedican a adquirir bienes y productos de distintas clases, con el objetivo de venderlos posteriormente en el mismo estado físico en que los adquirieron, aumentando a este precio el costo de adquisición. También son conocidas como empresas intermediarias, ya que se encuentran ubicadas entre el productor y el consumidor, y pueden clasificarse como se detalla a continuación:
 1. Mayoristas: Son las que venden los productos a gran escala a otras empresas (minoristas), que a su vez distribuyen el producto al mercado de consumo.
 2. Minoristas: Estas empresas también son conocidas como detallistas o de menudeo, ya que venden pequeñas cantidades directamente al consumidor final.
 3. Comisionistas: Son aquellas empresas que venden artículos que los fabricantes les otorgan a consignación, recibiendo una comisión de los mismos en caso de realizar la venta del producto.

❖ Servicio: En estas empresas lo que manejan son los bienes intangibles como ya se mencionó en el Capítulo I de este proyecto; es decir que el producto no existe de forma física, pero podemos decir que es la venta de la realización de ciertas actividades para otras personas o empresas que hayan contratado a la empresa en cuestión. Pueden dividirse en:

1. Sin concesión: Son las que sólo requieren licencia de funcionamiento por parte de las autoridades: escuelas, hoteles, empresas de espectáculos, asesorías, etc.
2. Concesionadas por el Estado: Son aquellas que manifiestan su ámbito de operación en el aspecto financiero: compañías de seguros, casas de bolsa, etc.
3. Concesionadas no financieras: Son aquellas autorizadas por el Estado, pero sus servicios no son de carácter financiero: empresas de transporte terrestre, etc.

En la constitución patrimonial encontramos que son las empresas que de acuerdo al origen de las aportaciones del capital y carácter a quienes dirijan sus actividades, estas pueden ser clasificadas en:

❖ Públicas: Estas empresas pertenecen al Estado y su objetivo es satisfacer un orden de necesidades de carácter social. Están constituidas por capital público que pertenece a la nación, su organización, dirección y servicios que prestan están a cargo de empleados públicos. Estas pueden subdividirse en:

1. Desconcentradas: Son las que tienen determinadas facultades de decisión limitada, manejan su autonomía y presupuesto: Comisión Nacional Bancaria, Bellas Artes, etc.
2. Descentralizadas: Estas desarrollan actividades que le competen al Estado y que son de interés general, pero que están dotadas de personalidad, patrimonio y régimen jurídico propio como es el caso de PEMEX.
3. Estatales: Estas pertenecen de forma total al Estado, pero no adoptan una forma externa de sociedad privada, tienen personalidad jurídica propia y se dedican a una actividad económica.
4. Mixtas o Paraestatales: En estas participan el Estado y particulares, y el objetivo es producir bienes o servicios.
5. Privadas: Son las empresas que están constituidas por capitales particulares, organizadas y dirigidas por sus propietarios y cuya finalidad puede ser lucrativa y mercantil, o también no lucrativa.

❖ Magnitud de la empresa: En este se toma como punto de referencia el tamaño de la empresa, ya que este puede ser micro, pequeño, mediano y grande. Entre los criterios empleados para medir la magnitud de una empresa encontramos: capitales invertidos, ventas, personal empleado, máquinas instaladas, entre otros.

❖ Función económica: estas se pueden subdividir en tres sectores:

1. Primarias: Son las empresas que se dedican a la realización de actividades extractivas o constructivas.
2. Secundarias: Son las que se dedican a la transformación de las materias primas.
3. Servicio: Son las que están dedicadas solo a prestar servicios, sin realizar ninguna de las actividades anteriores.

De acuerdo a lo antes señalado es posible afirmar que existe un criterio sobre el cual basar su clasificación y que esta dependerá totalmente de la entidad que la esté clasificando.

Para efectos de este estudio tomaré el criterio publicado el 30 de Diciembre de 2002 en el Diario Oficial de la Federación (D.O.F.), y en el que podemos encontrar que las empresas se clasifican como se detalla a continuación:

- Criterio utilizado: Número de empleados.

SECTOR/TAMAÑO DE LA EMPRESA	INDUSTRIA	COMERCIO	SERVICIOS
MICROEMPRESA	0-10	0-10	0-10
PEQUEÑA EMPRESA	11-50	11-30	11-50
MEDIANA EMPRESA	51-250	31-100	51-100
GRAN EMPRESA	251 EN ADELANTE	101 EN ADELANTE	101 EN ADELANTE

Fuente: Tabla de elaboración propia en base a la información del Diario Oficial de la

Federación del 30 de Diciembre de 2002.

Existe otro criterio presentado por la Dirección de Planeación Financiera de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP), tomando en cuenta la información publicada en 1994 por el Instituto Nacional de Geografía e Informática (INEGI) señala que:

- ❖ Microempresas: Son establecimientos que ocupan hasta 15 personas y el valor de sus ventas netas anuales es hasta de 900 mil pesos.*
- ❖ Pequeña empresa: Son las que emplean hasta 100 personas y el valor de sus ventas anuales es hasta de 9 millones de pesos.*
- ❖ Mediana empresa: Empresas que utilizan hasta 250 personas y el valor de sus ventas netas anuales es hasta de 20 millones de pesos.*
- ❖ Gran empresa: Organizaciones que ocupan más de 250 personas y el valor de sus ventas anuales es superior a 20 millones de pesos.*

De los dos criterios presentados anteriormente encontramos que existen diferencias entre el número de empleados que en cada categoría se contemplan, mientras que el publicado en Diario Oficial de la Federación (D.O.F.), no hace mención al rango del importe de las ventas de cada una.

* Fuente: Clasificación realizada por la Secretaría de Hacienda y Crédito Público con base en los datos presentados por el INEGI 1994.

3.3 Distribución empresarial en México con base en los datos del Sistema Empresarial Mexicano 2004.

Para un mejor desarrollo del presente trabajo, es conveniente hacer una revisión de la distribución empresarial que existe en nuestro país.

De acuerdo a los datos presentados por el Sistema Empresarial Mexicano (Cifras SIEM a enero de 2004) encontramos que existen en México 516,236 empresas de todas las categorías repartidas principalmente en tres sectores.

1. Industria: 48,171 empresas. Estas se encuentran distribuidas principalmente en los estados de: Baja California, Chihuahua, Distrito Federal, Guanajuato, Guerrero, Jalisco, Estado de México, Michoacán, Nuevo León, Puebla, Quintana Roo, Sinaloa, Tamaulipas, Veracruz, y Yucatán. Los índices más altos los encontramos en Distrito Federal con 6,809 empresas, seguido de Jalisco con 6,528 empresas y por Guanajuato con 4,502 empresas. (Datos de recopilación propia con base en las cifras del SIEM 2004)

2. Comercio: 354,794 empresas. Están distribuidas principalmente en los estados de: Chihuahua, Distrito Federal, Guanajuato, Hidalgo, Jalisco, Estado de México, Nuevo León, Quintana Roo, Veracruz, y Yucatán. Los tres índices más altos de estas empresas los encontramos en Distrito Federal con 55,013 empresas, le sigue Jalisco con 53,264 empresas y Estado de México con 47,094 empresas. (Datos de recopilación propia con base en las cifras del SIEM 2004)

3. Servicios: 113,271 empresas. Estas empresas se encuentran principalmente en los estados de: Distrito Federal, Jalisco, Estado de México, y Quintana Roo. Los índices más altos los encontramos en Distrito Federal con 32,071 empresas, seguido de Jalisco con 12,620 empresas y finalmente Estado de México con 10,905 empresas. (Datos de recopilación propia con base en las cifras del SIEM 2004)

De acuerdo a estas cifras es posible interpretar que la región centro es la que más desarrollo ha tenido, ya que el Distrito Federal cuenta con un total de 93,893 empresas.

Ahora, si hablamos de las empresas consideradas dentro de la categoría micro, existen 468,934, distribuidas principalmente en el Distrito Federal con un total de 84,260 que están divididas en orden de importancia como se detalla a continuación: 52,286 en el sector de comercio, seguido por el de servicios con 27,755, para finalmente registrar en la industria un total de 4,219 empresas.

En este rubro le sigue el estado de Jalisco, ya que tiene como total 67,601 empresas, de las cuales nuevamente el sector comercio es el que tiene el índice más alto con 51,654 empresas, le sigue servicios con 11,563 y en la industria cuenta con 4,384 empresas.

En esta misma categoría encontramos al Estado de México con un total de 56,470 empresas. El sector comercio es el de mayor crecimiento con 445,107 empresas, el

sector servicios reporta un índice de 9,528 empresas, mientras que la industria es el que menos empresas registró con 1,835 empresas.

En el estrato de pequeña empresa encontramos que nuevamente es el D.F y los estados de Jalisco y Estado de México los que tienen el mayor índice de empresas en este rubro.

El Distrito Federal tiene un total de 6,927 empresas, de las cuales 3,372 empresas están en el sector servicios, 1,857 empresas en el sector comercio y en la industria 1,698 empresas.

En Jalisco la distribución es de 1,490 empresas en el sector industria, seguido del sector comercio con 1,146 empresas, para finalmente reportar a 814 empresas en el sector servicio, generando un total de 3,450 empresas.

En el Estado de México existen 2,977 empresas. El sector comercio cuenta con la mayor parte de estas empresas con 1,246 empresas, le sigue en orden de importancia el sector servicios con 1,049 empresas, mientras que la industria cuenta con 682 empresas.

En el rango de empresas medianas, encontramos que son los mismos estados mencionados anteriormente los que tienen el mayor índice de crecimiento, solo que existe un cambio en cuanto a la posición que ocupan.

El primer lugar lo tiene el Distrito Federal con 1,757 empresas. El sector industria es el que mayor crecimiento ha reportado ya que cuenta con 670 empresas, el sector comercio reportó a 611 empresas y el sector de servicios reporta a 476 empresas.

En este rango, es el Estado de México el que se encuentra en segunda posición, ya que cuenta con 1,141 empresas, de las cuales 529 pertenecen al sector servicios, seguido del sector industria con 420 empresas y el de servicios con 192.

El tercer lugar lo ocupa el estado de Jalisco con 989 empresas. En este estado la industria es el que más empresas ha registrado con 495, mientras que en el comercio encontramos 353 empresas, y en servicios encontramos 141 empresas.

En las grandes empresas tenemos que existe un total de 5,173 empresas. Dentro de esta categoría aparece un nuevo estado que no había sido considerado anteriormente, ya que si es verdad que el Distrito Federal, Jalisco y Estado de México siguen figurando dentro de los índices más altos, en este rubro figuran los estados de Chihuahua y Nuevo León.

La primera posición es ocupada nuevamente con el Distrito Federal que tiene 949 empresas, de las cuales 468 se encuentran en el sector servicios, 259 en el sector servicios y 222 en el sector industria.

La segunda posición la ocupa el Estado de México con un total de estas empresas de 547, de las cuales la mayoría se encuentran en el sector de comercio con 212, en la industria con 199 y 136 en el sector servicios

Le sigue el estado de Chihuahua que registra un total de 431 empresas, de las cuales 319 están en el sector de la industria, mientras que en el sector servicio se encuentran 65, y en el comercio 47.

En la última posición es posible mencionar al estado de Nuevo León que tiene un total de 407 empresas, de las cuales 151 están el sector comercio, 150 en la industria y 106 en el sector servicios.

Es conveniente mencionar que todos los estados de la República Mexicana cuentan con empresas en cada una de las categorías, pero para efectos de esta investigación sólo tomaremos en cuenta de los tres a los cuatro rangos más altos de cada una. La razón de no mencionar a todos los estados, es que solo se pretende dar una aproximación de la estructura existente en cuestión de empresas en nuestro país.

De acuerdo a los datos anteriores puedo concluir que el sector comercial es que mayor número de empresas tiene registradas, seguido del sector servicios y finalmente podemos encontrar al sector industria.

Estos datos pueden ser verificados en la siguiente tabla:

- **Tamaño de Empresa/Sector**

SECTOR	MICRO	PEQUEÑA	MEDIANA	GRANDE	TOTAL
COMERCIAL					
COMERCIAL	338,461	11,114	3,720	1,499	354,794
TOTAL COMERCIAL	338,471	11,114	3,720	1,499	354,794
SERVICIOS					
COMUNICACIONES	3,321	711	180	247	4,459
SERVICIOS	96,116	9,831	1,550	1,315	108,812
TOTAL SERVICIOS	99,437	10,542	1,730	1,526	113,271
INDUSTRIAL					
AGROPECUARIO	448	173	35	9	665
MINERIA	124	39	33	30	226
INDUSTRIA MANUFACTURERA	21,890	7,564	4,075	2004	35,533
CONSTRUCCIÓN	8,574	2,586	518	69	11,747
TOTAL INDUSTRIAL	31,036	10,362	4,661	2,112	48,171
GRAN TOTAL	468,934	32,018	10,111	5,173	516,236

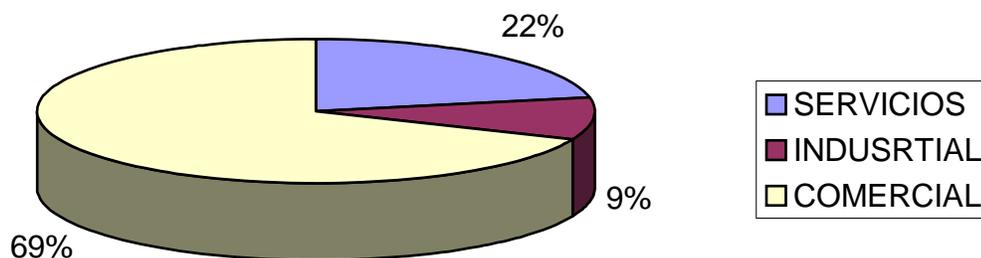
Fuente:Tabla de elaboración propia con datos del Sistema de Información Empresarial

Mexicano (SIEM)³

³ <http://www.siem.gob.mx>

En la tabla anterior es posible apreciar la distribución empresarial en cada una de las categorías mencionadas, teniendo como resultados que el mayor número de empresas constituidas se encuentran en la categoría microempresarial, distribuidas en los sectores comercial, de servicios e industrial; de los cuales el sector que tiene el mayor número de registros es el comercial.

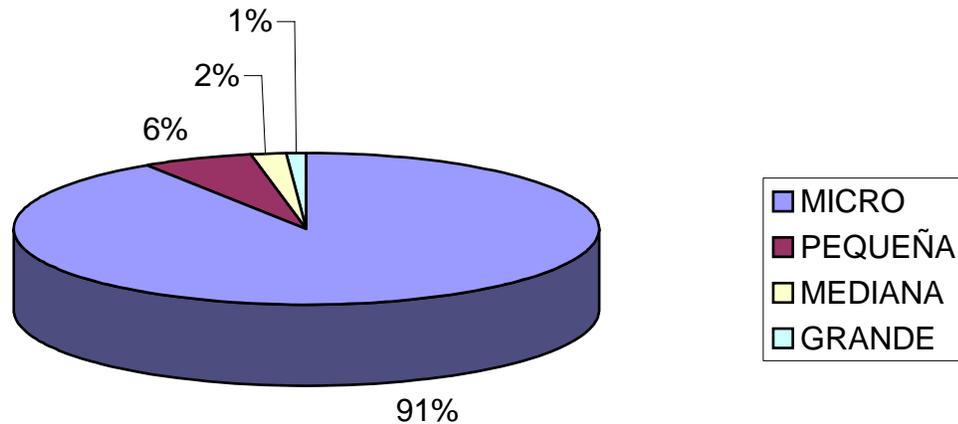
DISTRIBUCION POR SECTOR EMPRESARIAL



Gráfica de elaboración propia con base en los datos del SIEM, cifras a enero de 2004.

En la gráfica de distribución por sector empresarial es posible apreciar que el 69% de las empresas constituidas se encuentran en el sector comercial, mientras que el 22% son empresas del sector servicios y un 9% en el sector industrial.

DISTRIBUCION POR TAMAÑO DE EMPRESA



Gráfica de elaboración propia con base en los datos del SIEM, cifras a enero de 2004..

La gráfica anterior muestra que el 91% de las empresas por su tamaño se encuentra concentrado en la microempresa, mientras que el 6% es para la pequeña empresa y el 2% corresponde a la mediana empresa y sólo el 1% a la grande empresa.

3.4 La empresa Comercializadora.

Conocer la figura de la empresa comercializadora es fundamental para el desarrollo de esta investigación, ya que el estudio de caso que se realizará es a una microempresa comercializadora, por lo que el conocimiento sobre la misma es necesario para una mayor comprensión sobre su estructura, organización, actividades que realiza, su vínculo con el exterior a través de la exportación y su contribución a esta importante actividad.

Podemos decir en términos generales y sencillos que la empresa comercializadora es aquella que: “ una vez que los artículos han sido producidos deben ser puestos a disposición de los consumidores, es decir, estas empresas adquieren productos de otras empresas manufactureras para hacerlos llegar hasta el consumidor.”⁴ Se trata de una empresa que realiza actividades destinadas a la creación y conquista de los mercados, ya sea a nivel nacional o internacional.

El mantenimiento de estas empresas como parte de la estructura empresarial en México, depende de factores como la capacidad que tenga para poder satisfacer las necesidades de sus clientes por medio de la distribución de los bienes adecuados, así como por medio de la prestación de servicios que le permitan realizar dicha distribución de acuerdo a los términos y tiempos pactados; por lo que es posible decir que la empresa comercializadora realiza la transferencia de la producción al consumidor de un flujo de bienes y servicios.

⁴ Alavez Tello, Lizbeth, *Guía práctica en la formación de una empresa comercializadora*, Gasca-Sicco, México, 2000, p. 14.

El interés por estudiar a este tipo de empresa en particular, es que tiene una gran flexibilidad en las actividades que puede realizar. Una empresa comercializadora de acuerdo al objeto social que la integra puede desempeñarse en una, varias o todas de las siguientes actividades:

- ❖ Compra, venta, importación, exportación, distribución, comercialización, producción, transformación y empaque de toda clase de artículos y mercaderías incluyendo productos perecederos y no perecederos.
- ❖ La prestación de toda clase de servicios profesionales relacionados con la comercialización internacional de toda clase de artículos y mercaderías.
- ❖ En general, celebrar toda clase de actos, convenios y contratos de naturaleza civil y mercantil, que resulten convenientes o necesarios para la realización de los fines anteriores.

Como fue posible apreciar, la empresa comercializadora puede realizar un gran número de actividades destinadas al mercado nacional o al internacional, con lo que el desarrollo de las mismas es un factor que imprime dinamismo y crecimiento a la economía.

Hay que tomar en cuenta que la empresa comercializadora tiene las facultades para manejar cualquier tipo de productos, ya sea perecederos o no, por lo que las oportunidades que tenga de accionar dependerán de sus posibilidades y capacidad para el manejo de los productos que esté comercializando.

Al exterior las empresas comercializadoras realizan las siguientes actividades:

1. Son intermediarios entre exportadores y compradores en el exterior, tomando el control financiero y asumiendo los riesgos de mercado y realizando todo el proceso de exportación.
2. Realizan una función de compraventa para empresas pequeñas que no pueden realizar por cuenta propia este tipo de operaciones o empresas que no contemplan dentro de sus actividades la exportación de forma directa.
3. Asesoran a los productores en relación a la calidad, empaque y producción, con el propósito de que los productos cumplan con los mínimos requeridos de exportación.
4. Realizan actividades de mercadotecnia y localización de mercado para satisfacer necesidades en los ámbitos nacional e internacional.
5. Crean nuevos flujos de intercambio comercial.

Como empresa intermediaria en las operaciones de comercio exterior, es decir como una empresa que compra y vende por cuenta propia, puede operar por medio de convenios de fabricación por contrato que es “el arreglo en el que una empresa contrata con otra la elaboración de artículos de acuerdo con sus especificaciones, pero conserva la responsabilidad de comercializarlos.”⁵

Es decir, que una vez adquiridos los bienes para exportar, la responsabilidad total del riesgo que implica la operación de exportación corre por cuenta de la empresa, en

⁵ Rodríguez Valencia, Joaquín, *Administración de pequeñas y medianas empresas exportadoras*, op.cit. p. 39.

este sentido podemos decir que dentro de la cadena de distribución de bienes a nivel internacional, esta simple operación logró incentivar a otras empresas que se encargaron de la elaboración del producto. Lo cual, representa para las empresas proveedoras del producto de exportación el beneficio de penetrar en un mercado extranjero sin asumir los riesgos propios de la operación de comercialización internacional, y para la empresa comercializadora la oportunidad de tener presencia en un mercado internacional sin invertir en plantas de producción.

Dentro de este esquema es conveniente hacer notar que el trabajar por contratos de fabricación cumple con la expectativa de incentivar el grado de competencia y desarrollo de las empresas proveedoras, ya que son ellas las encargadas de realizar los productos conforme a las especificaciones de comercialización internacional que las empresas comercializadoras solicitan para el mercado internacional.

Es necesario recalcar que la empresa comercializadora como cualquier otra empresa que se dedique a las operaciones de comercio internacional debe considerar que "...exportar es vender, vender más allá de nuestra frontera, lo cual debe llevarse a cabo con la ayuda de técnicas y herramientas que nos permitan una adecuada comunicación con el cliente y con el conocimiento de los procedimientos que relacionan el tráfico entre las distintas naciones; pero esencialmente la exportación es una venta y como ocurre en el mercado interior está apoyada en una diversidad de normas y requisitos que a su vez la controlan y la fomentan"⁶.

Es decir que el éxito que una empresa comercializadora dedicada a la exportación pueda lograr, dependerá en gran medida de su conocimiento del medio internacional en el que se mueve, de su capacidad de adaptarse y de la prontitud con la que asimile los cambios que se le presenten; haciendo uso de todos los recursos materiales y operativos con los que cuente para su óptimo desarrollo dentro de las operaciones comerciales de corte internacional.

Podemos concluir que la empresa comercializadora es una empresa que puede ser exportadora ya que tienen las facultades para salir al exterior por medio de la realización de las ventas de productos nacionales, sean o no producidos por ella misma. Ya que como se mencionó su actividad comercial se centra en la compra-venta de bienes y servicios enviándolos hacia el extranjero, puede especializarse en el manejo de cierta línea de productos, pero con la oportunidad de diversificarlos en el momento en que sea necesario y actúa como una empresa exportadora final ya que mantiene nexos de cooperación con las empresas manufactureras a las que realice la compra del producto, que ella se encargará de llevar hacia el consumidor final.

Es pertinente acotar, que no todas las empresas comercializadoras a pesar de tener las facultades legales para realizar operaciones de exportación, tienen la capacidad operativa y financiera para llevarla a cabo como parte de sus procesos de venta o de expansión de sus mercados.

3.5 Atributos de la microempresa en México.

⁶ *Ibidem*, p. 56.

Cómo hemos visto las empresas para un país representan el motor que hace que la economía se mueva, independientemente del sector al que pertenezcan. Se puede apreciar de acuerdo a los datos presentados para la estratificación de las empresas por su tamaño, que el 91% de estas empresas son microempresas, seguidas de un 6% de pequeñas empresas, 2% de medianas empresas y sólo un 1% de grandes empresas.

"Las micro, pequeñas y medianas empresas cubren todas las actividades manufactureras, más del 60% se localiza en la rama de alimentación, productos metálicos, prendas de vestir, editorial e imprenta y minerales no metálicos."⁷

Podemos mencionar que "...las micro, pequeñas y medianas empresas absorben a más del 50% de la mano de obra y aportan aproximadamente el 11% del PIB.⁸ y abarcan todas las ramas económicas de los sectores Industria, Comercio y Servicios, como se detalla a continuación:

TAMAÑO	SECTOR INDUSTRIA	SECTOR COMERCIO	SECTOR SERVICIOS	TOTAL 2,844,308
MICRO	94.4	94.9	97.4	95.7
PEQUEÑA	3.7	4.0	1.6	3.1
MEDIANA	1.7	0.9	0.5	0.9
GRANDES	0.4	0.2	0.4	0.3
TOTAL	100	100	100	100

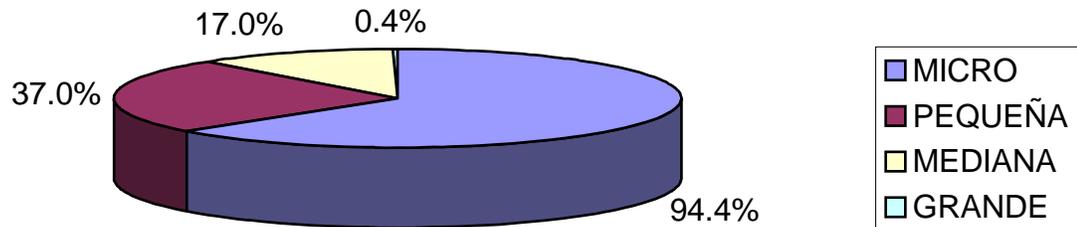
Fuente: Tabla de elaboración propia con base en la información del Censo Económico 1999 del INEGI.

De acuerdo al Censo Económico realizado por el Instituto Nacional de Geografía e Informática de 1999, la microempresa tiene más de 90% de participación en número de empresas por sector, ya que en el industrial su incidencia es del 94.4%, en el de comercio es del 94.9% y del 97.4% en el de servicios, con lo que tiene una presencia del 95.7% en el número de empresas del país.

⁷ "La micro, pequeña y mediana empresa. Principales características" en *Biblioteca de la micro, pequeña y mediana empresa*, número 7, Nafin, México, 1993, p. 16.

⁸ *Ibidem*, p. 38.

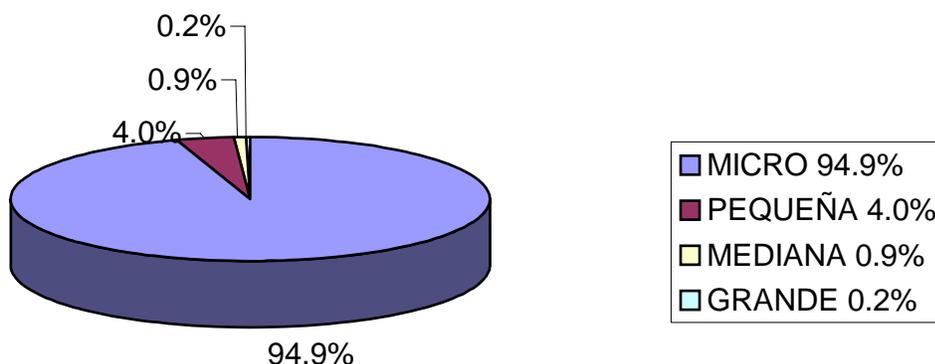
SECTOR INDUSTRIAL



Gráfica de elaboración propia con base en los datos del Censo Económico de 1999 (INEGI).

La gráfica anterior muestra que el 94.4% de las empresas del sector industrial son microempresas, el 37.0% son empresas pequeñas, en 17.0% son empresas medianas y menos del 1.0% son grandes empresas, ya que estas representan el 0.4% de las empresas dentro de este sector.

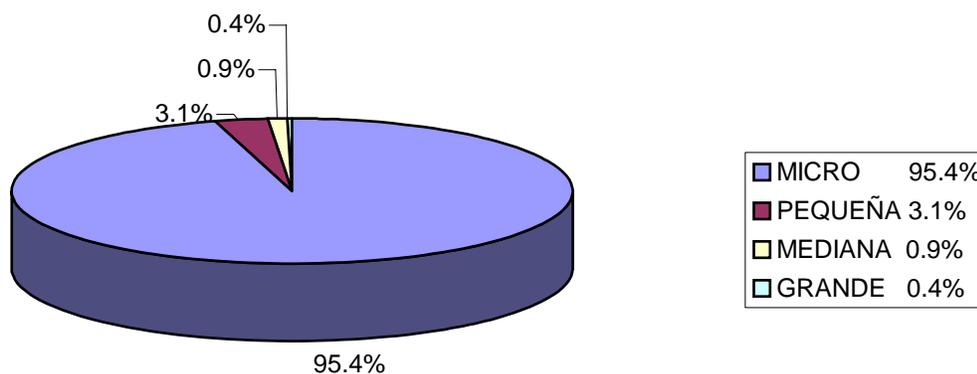
SECTOR COMERCIO



Gráfica de elaboración propia con base en los datos del Censo Económico de 1999 (INEGI)

Esta gráfica representa la distribución de las empresas específicamente para el sector comercio, en el cual se puede apreciar que nuevamente las microempresas son las empresas que tienen el mayor rango de participación con el 94.9%, las pequeñas con el 4.0%, las medianas con el 0.9% y las grandes empresas con el 0.2% de participación en este sector.

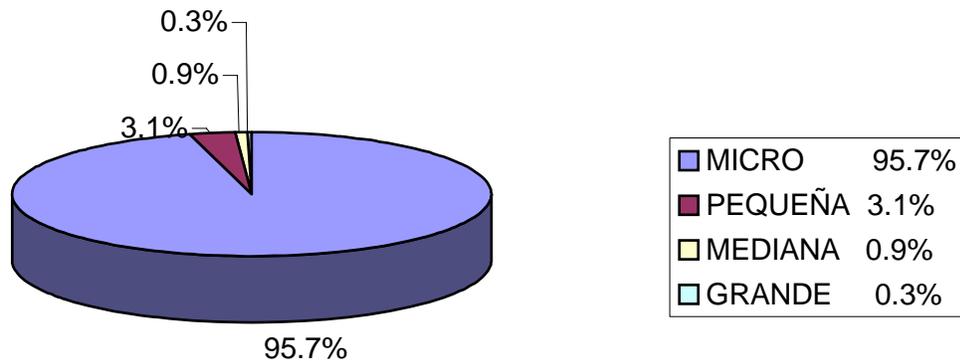
SECTOR SERVICIOS



Gráfica de elaboración propia con base en los datos del Censo Económico de 1999 (INEGI).

La gráfica anterior demuestra la participación por tamaño de empresas en el sector servicios, en la cual se aprecia que nuevamente la microempresa es la que tiene la mayor participación con un 95.7%, la pequeña participa con un 3.1%, la mediana con 0.9% y la grande sólo con el 0.4% dentro de este sector.

IMPACTO DE LAS MPYMES



Gráfica de elaboración propia con base en los datos del Censo Económico de 1999 (INEGI)

Esta gráfica muestra el impacto que tienen las empresas como grupo, ya que para efectos de poder identificarlas en los estudios generales que han sido elaborados para comprender su dinámica, se les ha agrupado a las micro, pequeñas y medianas empresas en un solo bloque conocido como MPYMES. Como bloque de empresas las MPYMES tienen una participación dentro del número de empresas registradas en nuestro país del 99.7%. Del cual el 95.7% le corresponde nuevamente a la microempresa, el 3.1% a la pequeña empresa, el 0.9% a la mediana y el 0.3% a la grande.

Es conveniente mencionar que el objeto de estudio de esta investigación es la microempresa, sin embargo, en los estudios que se han realizado como se comentó en el párrafo anterior, esta ha sido integrada para efectos de estudiarla con la empresa pequeña y mediana, porque se ha considerado que poseen las mismas características, por lo que en esta investigación maneja datos de las MPYMES como bloque.

De acuerdo a los datos presentados; podemos determinar que el desarrollo de la microempresa es fundamental para el crecimiento del país, por lo tanto estamos hablando de que debe ser considerada como pilar de nuestra economía, ya que de los 2,844,308 empresas existentes en nuestro país, el 95.7% son microempresas. (Datos de recopilación propia a partir de los datos del Censo Económico 1999, INEGI)

Ante estos números, podría suponerse que de acuerdo al gran porcentaje de microempresas existentes en el país, son las empresas más productivas o que cuentan con los apoyos necesarios y con la mayor de las atenciones por parte del gobierno Federal de nuestro país para impulsar su crecimiento, desarrollo, y permanencia dentro de la base empresarial de México. Sin embargo, es sorprendente descubrir que pese a estos indicadores encontramos que la microempresa considerada dentro del sector empresarial, presenta una problemática concreta y específica con elementos que le impiden desarrollarse como podrá apreciarse más adelante.

3.5.1 Impacto de la apertura comercial en la microempresa.

Es conveniente señalar que el proceso de apertura comercial para la microempresa, fue un parte aguas para la misma ya que la forma en la que habían operado tuvo que cambiar radicalmente debido a que ahora se enfrentaría a una mayor competencia proveniente de otros países del mundo, por lo que su capacidad de adaptación era fundamental para su propia existencia.

La velocidad con la que se llevó a cabo la liberalización comercial, la puso en un factor de vulnerabilidad en la que no se había encontrado en el pasado. La modernización era una etapa que le fue exigida e impuesta sin atender a su estructura, la cual no se encontraba con la preparación para afrontar estos cambios sin que esto significara un alto costo para la misma.

La modernización como tendencia y parte de esta nueva liberación comercial, requería de apoyo financiero, tecnológico, de capacitación, conocimiento del mercado exterior, proceso de comercialización a nivel internacional, y la mentalidad de ser parte de una cultura de exportación, entendiendo esta al conjunto de valores, actitudes y creencias, expresiones artísticas, educación, idioma, organización social, características legales y estructura política del mercado en el que se está incursionando y de tomar conciencia de que el conocer estos factores, le permitirá a la empresa tener un acercamiento más atinado y contar con elementos que le permitan llegar a mejores negociaciones y a una mejor inserción en los mercados exteriores.

Es importante resaltar que todos estos elementos no se encontraban en posesión de las microempresas, por lo que su adecuación a los cambios fue de forma brusca y sobre la marcha de las actividades que realizan.

El proceso de liberalización económica y financiera que se dio con la firma de los primeros Tratados de Libre Comercio condujo al estancamiento y transformación de la micro, pequeña y mediana empresas nacionales, a la par de que este mismo proceso provocó el cierre de un número considerable de empresas. De acuerdo a la Confederación Nacional de Microempresas 7,500 microempresas cerraron en el lapso de 1993 a 1994.

Para que sea entendido de manera más clara y precisa lo antes planteado, es conveniente señalar que todos estos cambios en la estructura empresarial de México se dieron dentro del proceso de globalización, a lo cual el Dr. Bendesky señala que "la globalización es un proceso económico que abarca a sectores productivos y a regiones del mundo conforme a un determinado patrón de producción y financiamiento. Pero al mismo tiempo desplaza sectores y regiones en lo que constituye un fenómeno de muy desigual participación en los mercados internacionales."⁹

Es decir, que dentro de este proceso los costos son altos, ya que no había nada que pudiera garantizarles a las empresas su inserción de forma óptima dentro del escenario que se estaba gestando ante ellas. El gran desarrollo tecnológico y su redistribución a nivel mundial han comenzado a modificar los procesos productivos. Para

⁹ Bendesky León , "Economía Regional en la era de la Globalización" en *Comercio Exterior*, Vol. 44, núm. 11, México, Noviembre 1994, pág. 87.

las micro, pequeñas y medianas empresas, esto significó la adecuación en sus procesos comerciales, productivos, de capacitación, y de calidad para que sus productos no fueran desplazados por los de otros países.

3.5.2 El grado de escolaridad del microempresario.

Un punto importante en la problemática de las micro y pequeñas empresas es el poco grado de escolaridad de sus empresarios. Por educación se ocupará para efectos de esta investigación el siguiente concepto: "...cualquier parte del proceso de aprendizaje que permite a una persona tomar lugar en la sociedad adulta. Los altos índices de educación favorecen la productividad económica y los avances tecnológicos; la educación contribuye asimismo a proporcionar la infraestructura necesaria para desarrollar el talento administrativo."¹⁰

Así encontramos que en la microempresa del 100% de los empresarios solamente el 38.3% tienen una educación de nivel primaria o menor, en cuanto a la pequeña empresa encontramos que es menor el número de personas que tienen un grado escolar de primaria con un 5.2% y en la mediana empresa es solamente el 1.9% de los empresarios que cuentan con estudios de primaria. Los índices de baja escolaridad de los empresarios (que en la mayoría de los casos son los dueños de la empresa) se transforma con el paso del tiempo en problemas tan graves para la empresa como los bajos niveles de productividad, poca o nula capacitación e información sobre programas de financiamiento, desarrollo tecnológico, escaso conocimiento del mercado externo, entre otros. Como lo reafirma el Profesor Ortiz Wadgymar al decir que "El pequeño empresario por regla general carece de estudios; por la vía práctica obtiene los conocimientos para desarrollar su negocio. Por lo mismo, su perspectiva es local y de corto plazo, preocupándolo muy poco, la necesidad de modernizarse, arriesgar su capital en diversificación y mejora de su producto, a la vez que desconoce los mecanismos del mercado a un nivel mayor e incluso las posibilidades de incursionar en el extranjero, que para él simplemente está vedado."¹¹

3.5.3 La capacitación dentro de la microempresa.

La Secretaría del Trabajo y Previsión Social define a la capacitación como: "el proceso de desarrollo y perfeccionamiento de habilidades, destrezas, aptitudes y actitudes para el conocimiento técnico de un puesto de trabajo."¹² Este concepto está totalmente ligado al desarrollo y evolución de la tecnología, ya que de acuerdo a lo antes expuesto, en la microempresa el grado de tecnología empleada para la realización de sus actividades es muy escasa, por lo que: "A diferencia del tipo de capacitación guiado por la lógica de la adquisición de la experiencia en el trabajo, en la actualidad la capacitación

¹⁰ Rodríguez Valencia, Joaquín, Admisnitración de pequeñas y medianas empresas exportadoras, *op. cit.*, p. 31.

¹¹ Ortiz Wadgymar Arturo, *La pequeña y mediana industrias ante la apertura comercial y el tratado de Libre Comercio. Los costos de la desprotección industrial en México 1985-1992*, p.63

¹² Moreno Moreno, Prudenciano, *Capacitación y educación en la pequeña y mediana empresa*, p. 227.

está estrechamente ligada a los cambios tecnológicos y las destrezas que los mismos demandan de los trabajadores."¹³

Es posible definir a la capacitación al interior de la empresa como: "...la capacidad de innovación a fin de lograr la generación de productos o servicios diferentes, cambiarlos, mejorarlos, y para captar mercados cada vez más dinámicos, mantenerse en ellos y ampliarlos en términos absolutos y relativos"¹⁴.

La capacitación es un factor importante para cualquier empresa, ya que esto le permitirá contar con recursos humanos más preparados para incrementar su productividad.

El bajo nivel de capacitación en la microempresa se encuentra relacionado de forma directa con el bajo nivel de escolaridad existente entre los microempresarios.

En el caso particular de la microempresa, la capacitación no figura dentro del esquema de crecimiento, ni de las actividades a realizar dentro de la misma, consecuencia en gran medida de la carencia de estudios, lo cual genera la falta de visión del microempresario y su equivocada percepción sobre la misma, alejando a la unidad empresarial de la posibilidad de mejorar sus procedimientos y forma de operación.

3.5.4 La competitividad como elemento importante del desarrollo de la microempresa.

Para que las empresas puedan incursionar en los mercados externos es necesario que sean competitivas. La competitividad dentro de la empresa puede ser comprendida como la capacidad de adaptarse y de aumentar y mejorar su desempeño en factores tan indispensables e importantes como precio, calidad, servicio, tiempo de entrega y adaptabilidad de los productos a las nuevas exigencias de los usuarios. Para la microempresa en particular este simple concepto y su aplicación implica que redoble sus esfuerzos ya que debe estar vinculada con el desarrollo tecnológico y con la adecuada aplicación y conducción de su administración y organización.

Si un país tiene empresas que operen de forma competitiva, podemos decir que ese país en particular tiene la "...capacidad para colocar su producción de bienes y servicios en los mercados nacionales e internacionales bajo condiciones leales de competencia y traducirlo en bienestar para su población."¹⁵

Es pertinente enfatizar el hecho de que detrás de una empresa que exporta y que logra colocar su producción o productos de otras empresas como es el caso de las empresas comercializadoras se encuentra una extensa red basada en la calidad y el desarrollo tecnológico, ya que un producto que se destine al mercado externo y que logra posicionarse en él, no solo cuenta con un precio que le permita competir por la preferencia de los consumidores, sino que existen elementos no cuantitativos como la confiabilidad que se le tenga a la empresa que lo produce o exporta, tiempos de entrega

¹³ *Ibidem*, p. 226.

¹⁴ Secretaría permanente del SELA, *Innovación y desarrollo tecnológico: factores estratégicos de la industrialización*, SELA, México, Capítulos 41, octubre-diciembre, 1994, p. 35.

¹⁵ *Idem*.

adecuados que permitan la óptima distribución del producto en cuestión y el servicio que se le de al cliente por la adquisición del producto, todas estas son características cualitativas que en muchas ocasiones son los factores determinantes para que un producto pueda exportarse con éxito.

Ante este panorama se puede determinar lo siguiente: "...la competitividad proviene del esfuerzo conjunto de todas las empresas e instituciones públicas y privadas, que interactúan para producir esa calidad y confiabilidad a precio razonable, que permite satisfacer constantemente al consumidor"¹⁶.

Es posible contrastar el hecho de que la exportación no es considerada como elemento fundamental de crecimiento dentro de este esquema, ya que las empresas al interior enfrentan otra serie de dificultades y elementos a los cuales deben prestar atención, como la promoción de la calidad, la eficiencia y la competitividad entre la empresa y los empleados, el desarrollo tecnológico, la innovación en los procesos productivos, la falta de capacitación y de asistencia técnica y especializada.

La competitividad es un concepto que a partir de la competencia abierta con otros mercados se convirtió de un componente necesario para el crecimiento y desarrollo en las empresas, en una exigencia que debe ser cumplida como condición para que la empresa pueda incursionar y realizar operaciones de comercio exterior.

Las exigencias externas generadas por la apertura comercial, no pueden ser atendidas por las micro, pequeñas y medianas empresas, ya que antes de que estas logren el éxito en el ámbito internacional, requieren de concentrarse en el mejoramiento de su ámbito interno con lo que una vez realizado esta actividad, les será posible disminuir sus desventajas al exterior ya que la continuación de sus operaciones depende en gran medida de la adquisición de maquinaria, del mejoramiento del empaque que manejen y de la búsqueda de fuentes de financiamiento.

Es conveniente mencionar que las empresas productoras sufrieron un cambio radical a partir de la apertura comercial nacional, ya que han pasado de ser empresas productoras a comercializadoras, debido a los altos costos de los créditos, los requisitos excesivos que hay que cubrir para ser sujeto de los mismos y a la falta de productos de calidad y de bajo costo para ser competitivos.

Algunas empresas no sufrieron una transformación, se enfrentaron a la difícil situación de cerrar sus puertas. Las cifras del cierre de la Mediana y Pequeña Empresa de acuerdo al Instituto Mexicano de la Mediana y Pequeña Empresa (IMMPE) en el Distrito Federal, fue de 15 mil empresas desaparecidas, que al no poder afrontar la apertura comercial y los problemas por falta de recursos, se vieron obligadas a finalizar sus operaciones; mientras que en todo el país por lo menos 10% de los negocios habían desaparecido para el año de 1994.

Las empresas nacionales, no pueden ser competitivas ante problemas bien detectados como es la entrada masiva de productos asiáticos, los cuales *compiten* con los nacionales en condiciones totalmente desiguales, ya que es conocido que el precio de los productos asiáticos es inferior y difícilmente se puede competir con ellos. A esta problemática hay que agregar el hecho de que nuestra micro, pequeña y mediana empresa no cuenta con una vocación o cultura de exportación.

¹⁶ *Ibidem*, p.37.

Este aspecto se ve reflejado en que en nuestro país sólo el 12% de las microempresas y pequeñas empresas manufactureras se dedican a la exportación. La explicación a este fenómeno es que los empresarios y sus empresas no cuentan con el conocimiento de cómo operan los mercados en el exterior; a el reconocimiento de que la producción no es adecuada en costo, calidad y precio y a la falta de capacidad productiva para vender en un mercado externo.

El problema real es que a pesar de la existencia de los Tratados de Libre Comercio y de su función como instrumentos de desarrollo de las capacidades comerciales de las empresas nacionales, la micro, pequeña y mediana empresa no han logrado acceder a los mercados de exportación, debido a las grandes limitantes estructurales que encierran al interior.

Es posible resumir los problemas que aquejan a la micro y pequeña empresa en "... la pérdida de sus mercados, arrebatados por las medianas y grandes corporaciones nacionales e internacionales, que compiten ventajosamente con precios y calidad de sus productos, respaldados por el poder que les otorgan las economías de escala técnicas y económicas originadas por su capacidad de producción, distribución de los bienes, de sus estructuras de organización y por su aplicación de la gestión administrativa"¹⁷

Esto es importante enmarcarlo dentro del proceso de globalización, ya que podemos ver que de acuerdo a si pertenecen a la micro, pequeña, mediana o grande empresas, la visión de los problemas y la forma de ser partícipes en el proceso de globalización, no representa ni significa lo mismo para cada una de ellas; ya que para algunas la apertura comercial y las ventajas de la globalización pueden traducirse en la oportunidad de comprar materiales, insumos y bienes de otras partes del mundo que antes no eran de fácil acceso, para otras empresas esto representan una gran amenaza para su existencia por la competencia que representa para sus productos que ahora enfrentan una pelea en los mercados tanto nacionales como extranjeros y que se ve reflejado en los diferentes precios, calidades y presentaciones de los mismos.

3.5.5 Problemas más frecuentes en la microempresa.

Es conveniente señalar que para las empresas micro y pequeñas que constituyen el 98.8% de todo el sector empresarial del país se presenta una situación difícil para su desarrollo en un futuro, ya que "las metas oficiales del gobierno para el crecimiento de la economía estarán basadas en el sector exportador y el mercado interno, tal condición propiciará que las grandes empresas concentren su atención no sólo en el exterior sino que intensificarán su competencia al interior del país, con lo que habrá un mayor desplazamiento de los micronegocios por las corporaciones."¹⁸

De acuerdo a la Encuesta de Micronegocios realizada por el INEGI y la Secretaría del Trabajo y Previsión Social para 1996, el 86.3% de los micronegocios manifestaron tener problemas, entre los más recurrentes se encuentran los siguientes: carencia de créditos, intereses excesivos, escasez de recursos económicos, falta de clientes,

¹⁷ Pedraza Rendón, Oscar, *La micro y pequeña empresa en México y sus estrategias de competitividad*, en www.soyentrepreneur.com, noviembre, p.1.

¹⁸ *Ibidem*, p.2.

problemas con las autoridades, competencia excesiva, el pago fuera de tiempo de sus clientes, problemas con los proveedores de materias primas, bajas ganancias, entre otros.

Podemos mencionar de manera concentrada que los principales problemas que presentan las micro, pequeñas y medianas empresas a nivel interno son los siguientes:

- ❖ Carecen de apoyo por parte de las autoridades para su desarrollo.
- ❖ Carecen de la integración vertical y horizontal con otras empresas.
- ❖ Falta de financiamiento adecuado a sus posibilidades y necesidades.
- ❖ Falta de clientes.
- ❖ Manejo de cartera vencida.
- ❖ Competencia excesiva.

Dentro de esta problemática es de suma importancia destacar que la gran mayoría de las micro y pequeñas empresas han surgido de ideas espontáneas de inversión careciendo de los estudios previos necesarios para su funcionamiento, así como un desconocimiento de las ventajas competitivas que estas puedan tener para ser explotadas en su propio beneficio.

Otro factor que tienen en contra de su desarrollo las micro y pequeñas empresas es el uso de tecnología obsoleta y la falta de economías de escala, lo que representa costos elevados que les impiden ser competitivas en precios y calidad por la ausencia de innovación en la tecnología empleada, esto es parte de la problemática general que se vive en nuestro país, por la falta de creación e innovación en tecnología propia, ya que en su mayoría se trata de tecnología importada que se encuentra obsoleta o en proceso de obsolescencia.

Como se ha mencionado anteriormente la falta de una cultura de trabajo y organización dentro de la unidad empresarial, se refleja en la falta de capacitación y educación tanto de los empleados como de los propios dueños, ya que la mayoría de estas organizaciones se manejan como unidades familiares en las que es difícil destinar parte de los recursos financieros para la capacitación y desarrollo del recurso humano de la empresa. Esto se traduce en bajos índices de productividad y competitividad que son características propias de la no modernización de su infraestructura productiva.

La caída de las ventas de estas empresas en el mercado interno, frenan el desplazamiento de sus inventarios de producto, por lo que el ciclo de recuperación de costos de operación no se cumple, dejando a su paso bajas utilidades que les impiden reinvertir en aspectos que les permitan crecer, concentrándose en aquellos que les den continuidad a sus operaciones aunque esto represente un alto costo para las mismas a mediano plazo.

3.5.6 El financiamiento dentro del sector microempresarial.

El financiamiento por medio del crédito bancario, no es considerado como una opción real de desarrollo para la micro y pequeña empresa ya que lo caro del financiamiento, el manejo de carteras vencidas y el elevado interés que se tienen que pagar por el crédito representa para estas empresas una seria descapitalización.

Los efectos de la descapitalización de las empresas son negativos, ya que puede significar el cierre total de las empresas y esto se reflejará en situaciones concretas en nuestra economía como la tasa de desempleo y el aumento de los saldos negativos en la balanza comercial de nuestro país.

En México existe el problema de la escasez de financiamiento para el importante sector empresarial que representan las microempresas, ya que de acuerdo a datos sobre el financiamiento inicial que requiere una microempresa; de un total de 3'090,243 empresas en 1994, 2'453,911 empresas necesitaron financiamiento inicial, según los datos recabados y cuadros presentados por Murguía Ashby Luz, en el estudio titulado "El sector de la microempresa en México y sus características"¹⁹

De acuerdo a este estudio que presenta datos de 1996, en el que encontramos que de 2'918,470 empresas la principal fuente de financiamiento de las mismas fueron los ahorros personales con un 62.52% en promedio, seguido de los préstamos de amigos o parientes con un 15.64%, en muchos casos fueron empleados los fondos por conceptos de liquidación de empleos anteriores con un 5.73%. Los préstamos de prestamistas particulares representa el 8.06% del financiamiento, estas categorías se encuentran fuera de las fuentes de financiamiento formal, ya que los créditos por medio de las instituciones bancarias sólo representan el 4.14% del total, con lo que numéricamente sólo 18,688 empresas del total de 2'918,470; es decir el 0.6% de las microempresas, cuentan con los elementos y características que los conviertan en sujetos de crédito por parte de las fuentes de financiamiento formales de la banca comercial en nuestro país.

Es conveniente destacar que las instituciones bancarias están consientes de que en nuestro país más del 50% del empleo es generado al interior de las microempresas que constituyen más del 90% de las empresas en México. Sin embargo, también reconocen que el apoyo que estas puedan brindar a este sector empresarial en particular presenta una problemática concreta.

Las instituciones bancarias tendrían que ofrecer una amplia gama de servicios, atendiendo de forma muy particular a las características de la microempresa como sector. No se puede ignorar que por la falta de una cultura empresarial y crediticia "entre los microempresarios existe la costumbre de no asumir grandes riesgos financieros y evitar endeudarse. Esto es particularmente cierto cuando se trata de créditos con la banca comercial y de deudas a largo plazo."²⁰

La carencia de una cultura empresarial y crediticia, se manifiesta cuando la escasa visión del empresario no le permite apreciar el financiamiento como un medio para mejorar y hacer crecer la empresa. Esto conduce a la evidencia de otro tipo de problemas al interior de la misma, lo que hace necesaria la asistencia técnica de grupos expertos para conocer a fondo los problemas particulares de la empresa con el fin de que reciba la asesoría requerida y pueda convertirse en sujeto de crédito; agregando que se enseñe al empresario la mejor manera de usar el financiamiento obtenido.

Esto representa un problema, ya que dentro de esta falta de cultura empresarial, las asistencias técnicas pueden ser percibidas como un gasto y no como una inversión

¹⁹ Murguía Ashby Luz, "El sector de la microempresa en México y sus características" en *Microempresa, financiamiento y desarrollo: el caso de México*, Ricardo W. Skertchly (coord.), México, Porrúa, 2000, p. 15

²⁰ *Ibidem*, p. 42.

que pueda brindarles beneficios a un corto y mediano plazo; además que la escasez de recursos financieros para atender a un rubro tan importante como lo es la capacitación y la asesoría para beneficio de la empresa, hacen imperante que los recursos con los que se cuenten sean invertidos o destinados a otro tipo de actividades que pueden generar beneficios de forma inmediata, como es el caso de la compra de materias primas o productos terminados para generar ventas y de las cuales los beneficios son casi inmediatos.

Dentro de las características definidas e identificables al interior de las microempresas que complican su acceso a las fuentes de financiamiento formal encontramos las siguientes:

- ❖ Carece de una estructura organizacional definida.
- ❖ Inicia sus operaciones con capital propio e individual sin financiamiento inicial.
- ❖ Dentro de sus activos fijos sólo se encuentran las herramientas y utensilios de trabajo. En la mayoría de los casos el local en el que laboran se encuentra en la propia vivienda.
- ❖ Al hablar de elementos de producción, utilizan tecnología tradicional con poca especialización e innovación.
- ❖ Sus procesos de comercialización son directos y se encuentran poco vinculados a las cadenas productivas.
- ❖ La forma de operar en la cuestión del personal ocupado, presenta una estructura informal, ya que involucra personal no remunerado y la remuneración es escasamente permanente.
- ❖ La producción está basada en apreciaciones personales y no en estudios concretos, especializados y objetivos sobre la demanda.
- ❖ El control de inventarios no responde a ninguna planeación y técnica o este puede ser inexistente.
- ❖ La contabilidad de la microempresa es escasa, ya que este concepto no es tomado en cuenta como un elemento formal e indispensable para el funcionamiento de la empresa; ya que en caso de que exista generalmente es para efectos fiscales y no de operación.

Otro problema es que las instituciones bancarias carecen de una conceptualización y clasificación general de las entidades empresariales que pueden ser tomadas como microempresas, ya que una empresa bien constituida y una persona que trabaje por cuenta propia y sin local propio son considerados dentro de la misma categoría, lo que hace que las microempresas sean tomadas de manera indistinta sin que existan parámetros que permitan su ubicación de forma concreta en las opciones crediticias existentes, y así se ven anuladas de las opciones de financiamiento del mercado crediticio.

Algunos de los elementos que le permiten a la banca comercial clasificar a las empresas para posteriormente analizar si pueden ser consideradas como sujetos de un crédito son los siguientes:

- ❖ Giro del negocio o rama de la economía en la que se desarrolla.
- ❖ Participación en la economía formal.
- ❖ Nivel de ingresos.
- ❖ Potencial de crecimiento.
- ❖ Estructura formal y de organización.

- ❖ Gestión.
- ❖ Dirección, mano de obra y participación de mano de obra familiar.
- ❖ Acceso al mercado.
- ❖ Tipo y uso de tecnología.
- ❖ Ubicación.

De acuerdo a Skertchly Molina Ricardo, "...la distribución porcentual de empresas que requieren financiamiento, se puede deducir que más del 40 por ciento manifiestan necesitarlo y que este porcentaje se eleva al incrementarse el tamaño de la empresa. Así, en la micro, 44 por ciento lo necesitan..."²¹ .

De este 44% que lo necesitan sólo el 33% lo solicita, del cual no existen garantías de que le sea otorgado un crédito a este porcentaje en total, ya que hay que tomar en cuenta tanto las dificultades de la microempresa para acceder al crédito y la visión de los microempresarios hacia el mismo.

Otros factores a destacar como razones principales para que los microempresarios no soliciten un crédito se encuentran la falta de interés, que puede ser atribuida a la escasa o nula visión del empresario sobre las expectativas personales que tenga sobre su empresa, otra de las razones es la preocupación y el temor que genera en los microempresarios el no poder pagar el crédito otorgado, esto se debe a la falta de una estructura administrativa, contable y financiera formal de la empresa, que le permita tener un panorama general y completo de su realidad y de la forma en la que puede programar sus compromisos financieros con la entidad bancaria en cuestión. Todo esto es posible sumarlo a la percepción generalizada en los microempresarios de que la obtención de un crédito es complicada y que no cuentan con las garantías suficientes para hacer frente a este compromiso financiero.

La banca comercial de nuestro país, como ya se ha mencionado anteriormente está consciente de que aproximadamente más del 85% de las empresas en México son microempresas, sin embargo pese a este dato, no todas las instituciones bancarias cuentan con servicios que se adapten a las necesidades de la microempresa. La banca comercial reconoce que existen razones de peso para que las microempresas reciban crédito, ya que consideran que la microempresa genera los siguientes beneficios:

- ❖ Crea empleo.
- ❖ Puede hacer crecer las exportaciones del país.
- ❖ La creación y fortalecimiento de la microempresa ayuda a mejorar la distribución del ingreso del país.
- ❖ La consideran un mercado potencial que no ha sido explotado debidamente por las propias instituciones bancarias.

Un estudio realizado por Simón Sauri Rodica²², muestra que sólo el 10% de los bancos otorgan el servicio de financiamiento a la microempresa, mientras que el 90% no

²¹ Skertchly Molina Ricardo, "Desafíos de los servicios financieros a las micro y pequeñas empresas", en *Microempresa, financiamiento y desarrollo: el caso de México.*, Ricardo W. Skertchly (coord.), México, Porrúa, 2000, p. 47

²² Simón Rodica, Sauri, "Los programas de microcrédito en la banca privada, un estudio de caso", en *Microempresa, financiamiento y desarrollo: el caso de México.*, Ricardo W. Skertchly (coord.), México, Porrúa, 2000, p.

lo hacen. La institución bancaria que si lo hace otorga un financiamiento mínimo o inicial de \$500.00 y con un monto máximo a determinar por la propia capacidad de pago de la empresa.

Es determinante señalar que la percepción de las instituciones bancarias es muy similar, ya que han manifestado que dentro de las razones por las que no otorgan créditos a la microempresa se encuentran las siguientes:

- ❖ Las microempresas son deudores de alto riesgo.
- ❖ El otorgar créditos a la microempresa no les permite tener un margen de ganancia, ya que las tasas de interés que tendrían que manejar no pueden ser muy altas, por el tipo de cliente al que estarían atendiendo.
- ❖ Los costos administrativos del manejo de un microcrédito serían altos, ya que tendrían que desarrollar al interior del banco una serie de instrumentos, herramientas y sistemas informáticos y de capacitación que les permitiera el buen funcionamiento de este servicio.
- ❖ Consideran que la microempresa es una unidad empresarial inestable financieramente.
- ❖ Que la microempresa carece de la información financiera necesaria para controlar todas sus operaciones y de esta forma poder ofrecer garantías.
- ❖ Que en la microempresa existe una arraigada cultura del no pago.

Estos factores han provocado que la mayoría de las instituciones bancarias pertenecientes a la banca comercial centren su atención y sus esfuerzos en las empresas grandes, que como ya vimos son la minoría de las empresas establecidas en nuestro país.

Se puede apreciar que no hay un interés verdadero por atender a este importante y fundamental sector empresarial, ya que sus acciones de fomento a la microempresa están condicionadas a la participación activa del gobierno y a que este destine recursos que subsidien los altos costos que puede generar el financiamiento a la microempresa.

La banca comercial hace hincapié en que la microempresa debe poseer ciertos elementos que le permitan convertirse en un sujeto de crédito, no se trata de características deseables en las microempresas, sino de aspectos bien identificados en los que la microempresa debe trabajar y obtener si desea ser tomada en cuenta por los bancos para poder conseguir un financiamiento.

Entre estos elementos se encuentran:

- ❖ Llevar más de un año establecidas.
- ❖ Tener utilidades demostrables.
- ❖ Ubicación de la empresa.
- ❖ Contar con una situación financiera y contable clara y bien definida.
- ❖ Debe poseer estrategias de acción concretas como para permitirle visualizar sus movimientos futuros y planear sus ingresos.
- ❖ Debe tener una estrategia de ventas determinada y precisa.

Es curioso observar este listado de elementos necesarios para que la banca comercial pueda considerar atractiva a la microempresa para el otorgamiento de un financiamiento, ya que si son revisados uno por uno, es posible apreciar que se

convierten en los puntos clave que no le permiten desarrollarse; por lo que es posible percibir que se vuelve un círculo vicioso para la microempresa, ya que aspectos tan fundamentales como una buena contabilidad, una óptima posición financiera, la capacidad de prever y el tener estrategias de acción y de ventas bien definidas no forman parte de su forma de operar, y que es necesario que la microempresa obtenga financiamiento que le permita conseguir todos los otros factores que le ayuden a convertirse en la empresa óptima capaz de ofrecer garantías a la banca, para que de esta forma la banca comercial pueda respaldar sus movimientos y así contribuir a su crecimiento, desarrollo y permanencia en la base empresarial nacional.

Existen otros aspectos a los que se les está prestando atención para la realización de las evaluaciones de crédito por parte de las instituciones bancarias. La evaluación se centra más allá del conocimiento de los puntos financieros y contables de la empresa. Esta revisión se basa en el conocimiento del empresario en la que se toma en cuenta su edad, su carácter, personalidad, si cuenta con una visión clara de lo que desea para su empresa, cuál su expectativa de crecimiento para si mismo y para la empresa, si tienen habilidades técnicas que le permitan entender los movimientos contables y financieros de la empresa, si revuelve los aspectos empresariales con los familiares y el tiempo que dedica a trabajar en la empresa por día.

Lo anterior muestra que ya no solo se trata de probar que una empresa es capaz de generar utilidades y asumir riesgos y compromisos financieros, se trata a la vez de que estas unidades empresariales cuenten con algo más que sólo el financiamiento para su crecimiento. Aspectos tan fundamentales como una visión propia y clara y saber cuales son los puntos en un futuro que se puedan alcanzar es algo que debe poseer el empresario para saber conducir a su empresa hacia el camino trazado. Es decir que se requiere de personas con talento y capacidad empresarial que sean responsables de la mejor aplicación y utilización de los recursos financieros otorgados por la banca comercial.

3.5.7 Cierre o desaparición de la microempresa en México.

Para tener una visión más amplia sobre el objeto de estudio es necesario que se aborde en esta investigación las causas que provocan el cierre o desaparición de las empresas en México.

A este respecto comenzaré por comentar que las causas de cierre o de desaparición de las empresas en nuestro país no pueden ser tratadas de forma general, ya que estas son distintas para cada una de ellas, a pesar de que pertenezcan a una misma categoría; por lo que la desarticulación o el cierre de operaciones de las empresas dependen de la problemática en particular que en ella se vive.

Cada unidad empresarial es diferente y posee características específicas que no permiten que sean englobadas en una sola a pesar que en la literatura las causas de esta problemática se encuentran de forma general. Desde mi óptica personal considero que estas generalidades deben ser tomadas solo como aproximaciones para la explicación de un problema que debería ser considerado como preocupante, ya que la desaparición de una empresa por muy pequeña que sea tiene repercusiones directas en la economía de nuestro país.

Es importante señalar para una mejor comprensión de lo expuesto, que dentro de la categoría de la microempresa existen dos vertientes en relación a las razones de su creación, que son:

1. Microempresa de subsistencia.
2. Microempresa con una visión de crecimiento.

En la microempresa de subsistencia el objetivo de la misma es de corto plazo, ya que solo busca el sostenimiento temporal del empresario y su personal y no figura dentro sus metas su desarrollo o crecimiento , mientras de forma contrastante la microempresa con una visión de crecimiento busca su permanencia y considera el principio de sus operaciones como una situación transitoria en la que a pesar de presentar serias dificultades e inclusive ser un momento decisivo para la continuidad de la misma, es apreciada por el empresario como una etapa necesaria, que le permitirá asentar las bases para un desarrollo posterior y por ende dotará a la empresa de los elementos que le permitan su crecimiento, permanencia y diversificación de las actividades o negocios.

Es fundamental hacer esta distinción ya que de no hacerlo, es posible incurrir en el error de tomar de forma general a la microempresa con una estructura formal con las que pueden operar de forma informal y que pueden ser consideradas sólo como autoempleo, por lo que es claro apreciar que los intereses en ambas son totalmente distintos y que las razones de su permanencia o desaparición responden a percepciones y metas inequitativas que no deben ser analizadas o tomadas como iguales para la explicación de su desaparición.

Esta diferenciación hace notable el hecho de que las empresas no deberían ser tratadas de la misma forma y que por ende las causas de su desaparición no responden a una situación general aplicable a todas.

A pesar de que no hay un consenso acerca de las causas más frecuentes de la desaparición de las empresas y que no hay explicaciones aplicables a todas las empresas que desaparecen porque deben ser tratadas de forma independiente e individual, si es posible agrupar las razones que con más frecuencia se han tomado como puntos de partida para comprender este fenómeno que repercute de forma directa en nuestra economía y en la estructura empresarial de un país como el nuestro.

❖ **RAZONES ESTRUCTURALES Y DE ENTORNO DEL CIERRE DE LA MICROEMPRESA.**

RAZONES ESTRUCTURALES	DIRECCION Y ADMINISTRACION	<ul style="list-style-type: none"> • Ausencia de un sistema • Crecimiento por encima de lo sostenible • Control de costos • Mercadotecnia • Falta de mentalidad empresarial • Inversiones no productivas.
	PROBLEMAS DE ESCALA	<ul style="list-style-type: none"> • Falta de especialización. • Abastecimiento costoso • Mercadotecnia deficiente
	OTROS	<ul style="list-style-type: none"> • Impuestos • Falta de organización y liderazgo.
RAZONES DEL ENTORNO	MERCADO	<ul style="list-style-type: none"> • Cambios de las cadenas productivas. • Requerimientos crecientes. • Plazos de cobranza
	FINANCIAMIENTO	<ul style="list-style-type: none"> • Escasez de crédito. • Costo de crédito. • Requisitos y actitud de los bancos.

Fuente: Cuadro de elaboración propia con base en los datos presentados en este apartado.

El cuadro anterior muestra de forma gráfica dos niveles de razones o explicaciones para que una empresa cierre sus puertas, estas las encontramos a nivel de estructura y a nivel de entorno. Esto hace referencia a los problemas endógenos y exógenos que encierra y enfrenta una empresa como unidad.

Hacia el interior de la empresa existen problemas que le impiden desarrollarse de forma óptima, como se puede apreciar en el cuadro presentado anteriormente, ya que por muy mínimos que estos puedan ser, el no tenerlos a un 100% o que simplemente no se encuentren dentro de la estructura de funcionamiento de la empresa hace que las operaciones de la empresa sean deficientes y no se tenga un control sobre las operaciones que se realizan, y esto genera problemas serios, ya que se trata de un crecimiento en caso de que este exista de forma desordenada con lo que se es candidato a perder el control de la empresa.

Como es posible observar dentro de las razones estructurales encontramos que estas se enfocan directamente a la cuestión de dirección y de administración de la empresa. Es importante destacar que en este nivel en particular los elementos que se convierten en razón de desaparición de las empresas son factores que al ser internos pueden ser controlados por los empresarios, ventaja que no sucede con las razones de entorno.

Las razones de entorno se dan en dos niveles y en aspectos muy específicos de los que ya se ha hecho mención anteriormente como es el mercado y el financiamiento. Por un lado el mercado presenta cambios constantes y la integración de las cadenas productivas se ve afectada por los nuevos requerimientos que se incrementan a los ya existentes para la elaboración de un producto en particular, además de que en muchas ocasiones el desplazamiento de la mercancía no se realiza de forma inmediata por lo que es imposible solicitar plazos para el pago de la misma, lo que se traduce en problemas de cobranza para las empresas.

El tema de financiamiento ya ha sido abordado, pero es fundamental comprender que este puede ser inexistente para una empresa que presenta los problemas comentados al interior, ya que como hemos visto en el desarrollo de este capítulo, algunos de los requisitos que una institución bancaria solicita para la autorización de un crédito, son precisamente algunas de las razones que llevan a las empresas a su desaparición, por lo que podría decirse que se trata de un círculo vicioso en el que las empresas se encuentran inmersas y del cual les es muy difícil salir.

3.5.8 El bajo nivel de exportación de la microempresa en México.

Como se puede apreciar en el desarrollo de este capítulo, las razones que influyen para que una empresa manifieste un bajo índice de exportación son variadas, ya que a pesar de los beneficios que la exportación puede generar para el país, las micro, pequeñas y medianas empresas sólo representan el 31.8% de la exportación de México en su conjunto. De los cuales sólo exportan el 2.4% en la microempresa, el 9.6% de la pequeña y el 19.8% en la mediana.

Por todo lo expresado anteriormente es conveniente señalar que: "las empresas exportadoras extranjeras son las que permiten el aumento de las exportaciones en su conjunto. El problema aquí es el financiamiento, ya que las MPYMES no suelen participar en los mercados internacionales."²³

Esto es posible apreciarlo, ya que los índices de exportación de las MPYMES son muy bajos en comparación con el nivel de exportaciones generado por las grandes empresas de nuestro país.

Una de las razones para que los índices de exportación sean incipientes dentro de las microempresas, es que las empresas no cuentan con la información suficiente para exportar, así como la exportación presenta una serie de trámites que se desconocen y esto puede ser sumado a la falta de financiamiento para destinar los productos a otros países.

²³ "Micro, pequeña y mediana empresa palanca del desarrollo económico", en *Logística y Comercio internacional*, año 1, número 1, diciembre 2000, p. 15.

Otra explicación de esta situación la encontramos en que estas empresas se encuentran escasamente vinculadas al concepto de competitividad, que forma parte de las nuevas exigencias impuestas por la globalización a las empresas.

El elemento competitividad debería ser parte de la forma de operación de las empresas que desean incursionar en el exterior, sin embargo dicho componente es desconocido por la mayor parte de las microempresas, ya que del 90% de empresas de esta categoría en nuestro país, sólo el 2.4% incursionan en la exportación.

Cabe señalar que la competitividad es posible comprenderla desde dos perspectivas diferentes, ya que este concepto puede ser aplicado al interior de la empresa que desea incursionar en los mercados externos y por otra parte puede verse reflejado en la economía del país como conjunto de empresas.

3.5.9. Programas de Desarrollo de las MPYMES.

En la presente administración encontramos que en la Secretaría de Economía existen programas que de forma general buscan desarrollar las capacidades de las empresas para hacerlas competitivas dentro del escenario en el que se mueve México en el aspecto comercial. Algunos de estos programas abarcan aspectos de comercio exterior, ya que lo que se pretende es hacer que las empresas nacionales tengan oferta exportable, por lo que se impulsa a empresas exportadoras dentro de la categoría de las MPYMES, ya sea que exporten por vez primera o que se mantengan en la dinámica de exportación.

Existen cuatro programas diferentes que pretenden impulsar el desarrollo de las MPYMES desde diferentes aspectos. Uno de ellos es el *Fondo de Apoyo para la Consolidación de la Oferta Exportable* (FACOE) que tiene como objetivo impulsar la actividad exportadora de las empresas nacionales por medio del apoyo financiero, además de que establece relaciones de negocios con empresas en los Estados Unidos, América Latina y Europa, proporciona asesoría y capacitación en materia de comercio exterior.

Otro programa es el *Fondo de Apoyo para el Acceso al Financiamiento de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas* (FOAFI), este fondo se concentra en brindar las herramientas financieras a las empresas para que estas puedan acceder a los créditos.

También es posible mencionar el *Fondo de Apoyo para la Micro, Pequeña y Mediana Empresa* (FAMPYME), que busca el incremento de la competitividad a través del conocimiento interno de las capacidades y debilidades de la empresa en particular, así como de su desarrollo tecnológico y el control de sus procesos de operación y administrativos.

Finalmente existe el *Fondo de Fomento a la Integración de Cadenas Productivas* (FIDECAP), este programa provee de recursos financieros para la realización de proyectos productivos de las MPYMES, y busca la integración de las mismas dentro de las cadenas productivas.

No es un objetivo de la investigación estudiar a detalle cada uno de los programas, pero es pertinente dar a conocer las acciones que se están llevando a cabo por medio de

la instancia federal encargada de impulsar a las MPYMES, por lo que sólo se comentan a grandes rasgos, ya que la importancia de la mención es saber cuántas empresas se han beneficiado de estos apoyos.

Considero que la existencia de estos programas es una referencia del reconocimiento del valor de las MPYMES en el desarrollo y crecimiento de la economía, además de que es un medio para integrarlas con otros sectores de la misma; sin embargo; de acuerdo a los datos presentados por esta dependencia en cuanto a los resultados de la aplicación de estos programas encontramos que en el año 2003 sólo se autorizaron la aplicación de estos programas en 563 empresas.

Si consideramos que en México existe un 99% de empresas dentro de la categoría de la MPYME, las 563 empresas que tienen el apoyo por parte del gobierno sólo representa el 0.02% de este 99%, por lo que la cifra es incipiente para atender las características de la estructura empresarial de nuestro país.

Las 563 empresas que cuentan con el apoyo del gobierno se encuentran distribuidas de la siguiente forma:

LINEA DE APOYO	EMPRESAS BENEFICIADAS
FAMPYME	163 Empresas
FIDECAP	151 Empresas
FOAFI	21 Empresas
FACOE	143 Empresas

Fuente: Tabla de elaboración propia con los datos presentados por la Secretaría de Economía en Enero de 2004.²⁴

Cabe destacar que la Secretaría de Economía reconoce que la MPYME "...constituye el 90% de las empresas establecidas y genera el 42% del Producto Interno Bruto y 64% del empleo en México."²⁵ Sin embargo no sólo se trata de reconocer la importancia de las MPYME, como se expuso anteriormente las cifras de los apoyos oficiales a este universo de empresas es incipiente e insuficiente para atender a la realidad de las empresas en México.

²⁴ www.contactopyme.gob.mx/kardex/2003

²⁵ "Oportunidades para la micro, pequeña y mediana empresa en México", en *Suplemento especial de Manufactura, Expansión*, MPYMES, México, agosto 2004, p. 5.

Capítulo 4

ANALISIS DE LA MICROEMPRESA **SERVICIO EN COMERCIALIZACION AMERICANA S.A. DE C.V.** **(Sercoma S.A. de C.V.)**

Los capítulos anteriores desarrollados en esta investigación son la base sobre la cual se encuentra planteado este análisis. Este apartado que constituye la investigación de campo, será el medio por el cual las formulaciones iniciales serán comprobadas o refutadas, además de que es un ejemplo latente y concreto de la situación en la que se desenvuelven las microempresas en nuestro país. El objeto de estudio será abordado de acuerdo a la metodología propia de la investigación de tipo social, la cual fue expuesta al inicio de la presente indagación.

Primeramente se requiere tener ubicada a la unidad en particular, para lo cual es necesario la presentación de información general para continuar con la exploración de su problemática particular. Esto permite separar e identificar cada uno de los elementos que la componen, mostrando los puntos a favor y en contra que posee.

Por otra parte, es importante no perder de vista que la situación de esta empresa no es la misma para la totalidad de las microempresas existentes. Sin embargo, si es posible decir que muchos de los problemas que encierra en su interior son compartidos por otras empresas mexicanas pertenecientes a esta categoría. Este aspecto es el que permite realizar aproximaciones sobre la situación actual de la microempresa en México y tomar a la empresa analizada como referencia para comprender la problemática de este sector empresarial tan importante para el país.

4.1 Antecedentes

Servicio en Comercialización Americana S.A. de C.V. es una empresa que se constituyó en el año de 2002 y que se dedica a la comercialización de productos y servicios a nivel internacional. Es una empresa comercializadora que realiza una actividad de intermediación entre los clientes y proveedores y les ofrece servicios especializados para la realización de los intercambios de bienes y servicios, por lo que podemos decir, que esta empresa adquiere productos de otras empresas manufactureras y los hace llegar hasta el cliente final.

Es una empresa 100% mexicana, que surge de una idea de asociación independiente y de capital propio de los que en ella participan. Inicia sus operaciones de exportación en Noviembre de 2002, concentrándose en el mercado de los Estados Unidos de Norteamérica, específicamente atendiendo las necesidades del mercado hispano en la ciudad de Atlanta en el estado de Georgia. Desde entonces hasta la fecha ha incursionado en los negocios internacionales, no siempre de una manera exitosa, pero si consiente de que el proceso de exportación y la preparación que este requiere es una

tarea ardua y constante, y el trabajar de esta manera le ha permitido cumplir su primer año de operaciones..*

Dentro de los servicios especializados que puede ofrecer se encuentran la consultoría legal en materia comercial, suministra información específica sobre producto que abarca aspectos como la logística, análisis de la calidad, estudio del costo y la localización del mismo con las características específicas que sean solicitadas por el cliente; también brinda asistencia en materia financiera, cambiaria, arancelaria, de transporte, de seguros, además de que puede participar en ferias comerciales y del sector, así como participa en la publicación de catálogos de productos y proveedores.

Uno de los puntos fundamentales para el inicio de operaciones de una empresa cualquiera que sea su giro o actividad y no importando a que categoría pertenezca es el que esta pueda determinar su misión, su visión y los valores bajo los cuales regirá sus acciones. Es posible pensar que empresas que pertenecen a la categoría de la microempresa no cuentan con ellos, pero en el caso de la empresa SERCOMA SA de CV, manifiesta que son los siguientes:

- **MISIÓN**

Ser una comercializadora que brinde productos y servicios que satisfagan totalmente las necesidades de nuestros clientes. Ser una organización que cuenta con las herramientas suficientes para impulsar el crecimiento personal y profesional de sus integrantes, así como para constituirse en un elemento de crecimiento para el país.

- **VISION**

Mantenernos como una empresa joven, dinámica e innovadora en el ámbito de la comercialización a través de la aplicación de los conocimientos interdisciplinarios adquiridos durante nuestra formación profesional y que cuenta con la capacidad y herramientas para ser líder en la producción de bienes y la prestación de servicios.

- **VALORES**

1. **HONESTIDAD**
2. **ETICA**
3. **COMPROMISO**
4. **VERDAD**
5. **RESPONSABILIDAD**
6. **HUMANITARISMO**
7. **LEALTAD**
8. **SUPERACION**
9. **CONFIANZA**
10. **INNOVACIÓN**
11. **RESPECTO**
12. **FE**

* El periodo de análisis y revisión de información generada de la empresa SERCOMA S.A. de C.V. presentada en esta investigación abarca de Noviembre 2002 al mes de Abril de 2004, por lo que es correcto la aseveración de que la empresa en revisión cumplió su primer año de operaciones.

Lo anterior muestra que en algunos casos se puede cometer el error de generalizar que las microempresas sólo funcionan como fuentes de autoempleo temporal y que carecen de aspectos tan mínimos pero fundamentales para su desarrollo como los expresados anteriormente, por lo que es posible determinar que cada empresa es diferente y que en este caso en particular la visión de la empresa es de largo plazo.

4.2 Criterios para la categorización de la empresa Sercoma S.A. de C.V.

De acuerdo al criterio empleado en esta investigación para la estratificación de las empresas en nuestro país, que es el del Diario Oficial de la Federación 2002 (DOF Diciembre 30 de 2002), la empresa comercializadora Sercoma S.A. DE C.V., se encuentra en el rango de las microempresas, ya que sólo cuenta con cuatro empleados y este criterio indica que pertenecen a esta categoría las empresas de uno a diez empleados.

Si utilizamos el criterio de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHyCP) que se encuentra basado en el rango de ventas anuales de las empresas, se puede determinar que se encuentra en la misma categoría ya que este determina que son microempresas las que tienen un rango de ventas anuales de hasta 900 mil pesos. Sin embargo la empresa considera posible superar dicho rango al final del 2004.

La empresa analizada se encuentra en esta categoría ya que su rango de ventas anuales de acuerdo a los resultados presentados desde Noviembre de 2002 a Abril de 2004 se encuentra por debajo de este criterio.

Esta empresa se encuentra ubicada en México, D.F. por lo que está dentro de una de las zonas con más empresas establecidas. Si atendemos a los datos de las microempresas ubicadas dentro del Distrito Federal encontramos que es una de las 84,260 empresas existentes en esta categoría y una de las 52,286 empresas que se ubican en el sector comercial dentro de la misma.

4.3 Datos generales y ubicación de la empresa Sercoma S.A. de C.V.

Los datos de la empresa analizada son los siguientes:

Nombre:	Servicio en Comercialización Americana SA de CV (Sercoma S.A. DE C.V.)
Inicio de Operaciones	Noviembre de 2002
Giro:	Comercial
Actividad:	Comercializadora
Categoría	Microempresa
Sector	Comercial y de Servicios
Ubicación	México, D.F.

De acuerdo a la clasificación de las empresas en México, la empresa Sercoma S.A. DE C.V., se encuentra en el giro comercial, ya que se dedica de forma general a la adquisición de bienes y productos de distintas clases, sin modificar el estado original de las mercancías, por lo que se le puede considerar como una empresa intermediaria. También la podemos ubicar dentro de la subdivisión de servicios del sector comercial al que pertenece, ya que dentro de las actividades que realiza se encuentra la oferta de servicios especializados en comercio exterior principalmente en el área de asesorías a otras empresas y particulares.

De acuerdo a lo anterior podemos determinar que la empresa a analizar se desarrolla en dos ámbitos de acción, uno hacia el interior de nuestro país a través de las asesorías y consultas que brinda, así como a través del apoyo que brinda a la industria nacional por medio de la compra de productos mexicanos, en los que retroalimenta a las empresas proveedoras con información sobre especificaciones técnicas del producto, características especiales en el mismo, además de señalar las condiciones de empaque, embalaje y etiquetado con los que el producto debe cumplir para que sea vendido en el mercado extranjero; y por el otro hacia el exterior, por medio de las exportaciones que realiza y de asesorías a empresas extranjeras.

Para efectos de esta investigación sólo se tomará como muestra de análisis las exportaciones realizadas desde el inicio de sus operaciones a partir de Noviembre de 2002 hasta Abril de 2004.

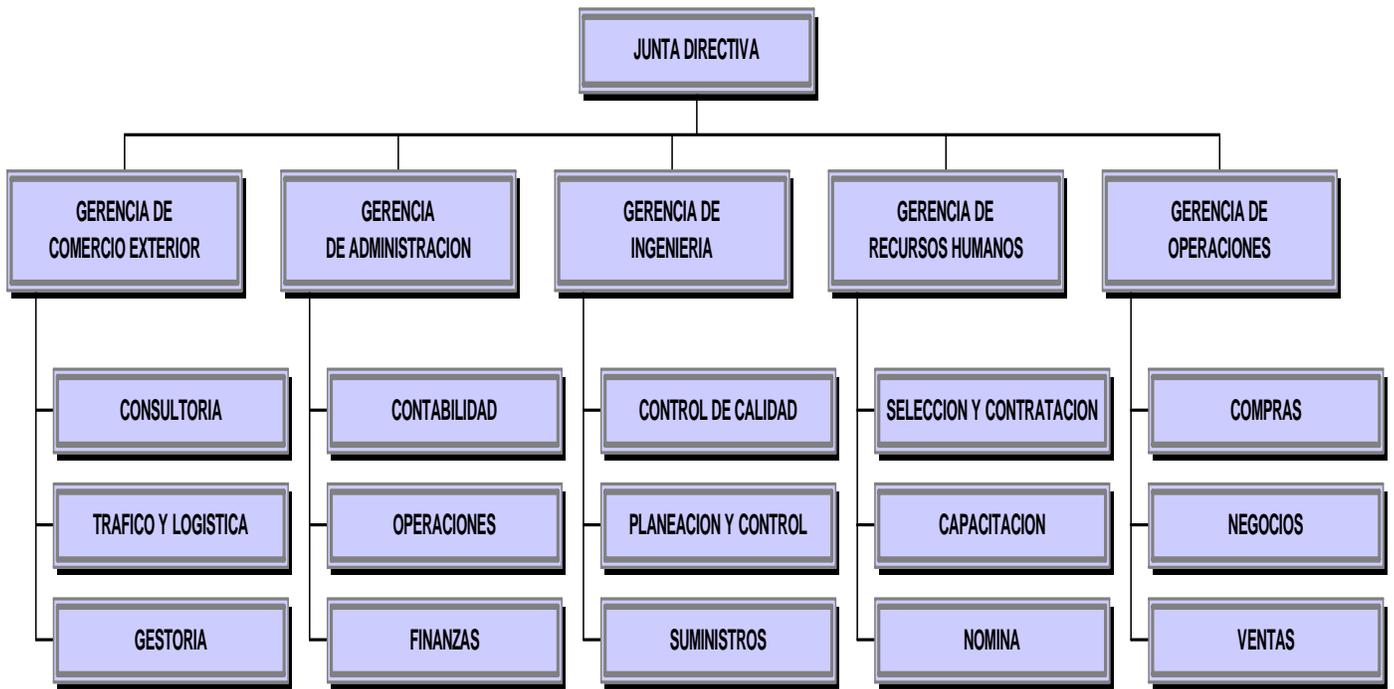
4.4 Organigrama de la empresa Sercoma SA de C.V.

Un organigrama es la representación gráfica de la estructura de una empresa, en este caso se muestra la perteneciente a la empresa analizada en la que encontramos que está regida por una Junta Directiva que de acuerdo a los lineamientos de la empresa es en donde recae la máxima autoridad.

Por otro lado, esta se encuentra dividida en cinco gerencias que abarcan distintas áreas y que le dan un enfoque interdisciplinario, cada una de ellas se subdivide a su vez en tres estratos que representan las actividades más importantes que se desarrollan en cada gerencia en particular.

La existencia de un organigrama dentro de una empresa perteneciente a la categoría de la microempresa, demuestra que en este caso en particular la visión de la misma y para si misma es de largo alcance, por lo que en este caso no estamos hablando de una empresa de subsistencia, sino de una empresa de permanencia; ya que cuenta con una organización en su interior y con una estructura básica para la realización de sus actividades.

SERVICIO EN COMERCIALIZACION AMERICANA S.A. DE C.V.



4.5. Revisión de las características de la microempresa aplicadas a la empresa Sercoma S.A. de C.V y descripción de su problemática particular.

Es fundamental en el análisis de esta empresa mostrar la problemática que presenta en su interior, tomando como referencia las características identificadas en la microempresa, las cuales han sido abordadas en el capítulo anterior.

Un atributo importante de esta empresa, es que se encuentra debidamente registrada ante las autoridades fiscales e instancias legales de nuestro país, y debe ser entendida como una empresa legalmente constituida, ya que cuenta con los siguientes documentos que le confieren legalidad:

- ❖ Acta Constitutiva ante Notario Público
- ❖ Registro Federal de Contribuyentes (RFC)
- ❖ Registro Público de Comercio.
- ❖ Facturas debidamente registradas.

Estos documentos acreditan a la empresa como una entidad empresarial constituida de manera formal ya que tiene derechos y obligaciones, una finalidad lucrativa y la obtención de ganancias se encuentra basada en la realización de actividades que se encuentran dentro del marco de la ley; ejerce una acción mercantil, ya que adquiere

productos de otras empresas para su venta al exterior y es una empresa que asume el riesgo de pérdida y que acepta su responsabilidad en la conducción y la posibilidad de pérdida monetaria en cada una de las operaciones que realiza.

Ante estos aspectos es posible determinar que la empresa SERCOMA S.A. de C.V. cumple con cada una de las características de la empresa como una unidad independiente y con conducción propia.

Es importante destacar y atender esta característica, ya que uno de los problemas que enfrentan las microempresas es el ser consideradas solo como un medio de autoempleo y no como una entidad empresarial bien constituida con obligaciones y derechos por lo que no son tomadas con seriedad al ser analizadas.

De acuerdo a su constitución esta empresa fue dada de alta como una empresa comercializadora con facultad de realizar una, varias o todas las actividades que a continuación se enuncian y que en ningún caso resultan limitativas para la misma:

- ❖ Compra, venta, importación, exportación, distribución, comercialización, producción, transformación y empaque de toda clase de artículos y mercaderías incluyendo productos perecederos y no perecederos.
- ❖ La prestación de toda clase de servicios profesionales relacionados con la comercialización internacional de toda clase de artículos y mercaderías.
- ❖ En general celebrar toda clase de actos, convenios y contratos de naturaleza civil y mercantil, que resulten convenientes o necesarios para la realización de los fines anteriores.

Es conveniente mencionar que el objeto social de esta empresa asentado en su acta constitutiva es muy amplio y este no es enunciado en su totalidad, ya que para los efectos y puntos a analizar en este capítulo y en general en la investigación los más importantes son lo que se han mencionado.

En otro orden de ideas, hablando del grado de escolaridad de sus empleados, este es de nivel superior, ya que su preparación es de tipo profesional, por lo que una de las características de la microempresa sobre el poco o nulo grado de escolaridad de sus empleados o dirigentes no se cumple en este caso en particular.

La capacitación que como ya vimos es muy importante dentro de las actividades de una empresa y que se encuentra asentada en el artículo 153 de la Ley Federal del Trabajo, que a la letra dice: "Todo trabajador tiene el derecho a que su patrón le proporcione capacitación o adiestramiento en su trabajo que le permita elevar su nivel de vida y productividad, conforme a los planes y programas formulados, de común acuerdo, por el patrón y el sindicato o sus trabajadores y aprobados por la Secretaría del Trabajo y Previsión Social"¹ para los empleados (directivos) de Sercoma S.A. de C.V. es un aspecto fundamental para su desarrollo.

Como se analizó la capacitación puede ser tomada como una inversión que reportará beneficios a corto, mediano y largo plazo, en el caso de la empresa Sercoma S.A. de C.V. la capacitación es percibida como algo necesario e indispensable para la

¹ Ley Federal del Trabajo, artículo 153.

mejor conducción de la empresa y que puede permitir una mejor forma de operar ya sea hacia el interior y el exterior.

Sin embargo, la empresa admite no estar en condiciones para acceder a la capacitación como el medio a través del cual pueda mejorar su forma de operar, que en este caso no se trata de recursos materiales para el mejoramiento de un producto, la capacitación se puede ver reflejada en aspectos técnicos y en la adquisición de conocimientos para especializarse en las áreas que a la empresa le permitan su desarrollo.

Para Sercoma S.A. de C.V., la capacitación es una herramienta útil para el perfeccionamiento de todas las actividades que realiza, por lo que es muy importante contar con ella, pero a pesar de reconocer que es una inversión y no un gasto, la empresa se ha visto imposibilitada de destinar parte de sus recursos para este fin, por lo que un aspecto tan fundamental para su óptimo desarrollo empresarial, no lo puede llevar a cabo, ya que sus recursos son limitados y estos se emplean en la manutención de otros aspectos importantes como el mantenimiento de sus instalaciones, el pago de sus recursos, los costos de la empresa, en la compra de productos y el pago de sus comunicaciones con clientes y proveedores.

A continuación se presenta una tabla que contiene las características de la microempresa, las cuales fueron tomadas del capítulo tres del apartado de financiamiento, y que fueron aplicadas a esta empresa en particular como una herramienta de análisis, con el objetivo de que su problemática sea comprendida de una manera más amplia y esta pueda ser considerado como un ejemplo de la situación en la que se encuentran otras microempresas. Los resultados obtenidos de dicha herramienta de análisis son los siguientes:

**CARACTERISTICAS DE LA MICROEMPRESA APLICADAS
EN LA EMPRESA SERCOMA S.A. de C.V.**

CARACTERISTICA	APLICA	MOTIVOS
1. Carece de una estructura organizacional definida	NO	Esta sí cuenta con una estructura organizacional definida, ya que como instrumento de control tienen estipulada a una Junta Directiva y esta dividida de forma gerencial en cinco áreas: Administración, Operaciones, Ingeniería, Comercio Exterior y Recursos Humanos. Cada una de ellas tiene a su vez áreas o departamentos que la integran y que le permiten desarrollar cada una de las actividades que se realizan en cada gerencia con el fin de alcanzar el objetivo común a todas.
2. Inicia sus operaciones con capital propio e individual sin financiamiento inicial	SI	En este apartado la condición se cumple, ya que la empresa comenzó a operar con ahorros propios de los socios "empleados" y no se cuenta hasta el momento con algún crédito de la banca comercial.
3. Dentro de los activos fijos solo se encuentran las herramientas y utensilios de trabajo	SI	Esta condición se cumple también, ya que al no ser una empresa productora o manufacturera sus instalaciones son pequeñas y cuenta con equipo de oficina en su mayoría. En este caso el equipo de oficina a pesar de no ser nuevo se mantiene en las mejores condiciones, ya que la mayoría del trabajo que se realiza es por medio de equipo de cómputo, así como de aparatos de transmisión de datos por vía telefónica.
4. El local en el que se labora se encuentra en la propia vivienda	SI	Este se encuentra dentro de una vivienda particular, ubicada en una zona residencial y no en una zona comercial, empresarial o industrial como debería ser lo óptimo.

Esta tabla muestra las diez características de la microempresa en nuestro país, identificadas por W. Skertchly Ricardo en *Microempresa, financiamiento y desarrollo: el caso de México*, las cuales fueron expuestas en el apartado de financiamiento, en la que se muestran las que son aplicables a esta empresa y su correspondiente explicación de motivos.

**CARACTERISTICAS DE LA MICROEMPRESA APLICADAS
EN LA EMPRESA SERCOMA S.A. de C.V.**

CARACTERISTICA	APLICA	MOTIVOS
5. Sobre los elementos de producción, utilizan tecnología tradicional con poca especialización e innovación.	NO	En este caso no hay elementos de producción, puesto como ya se indicó se trata de una empresa intermediaria, por lo que no producen ninguna mercancía.
6. Sus procesos de comercialización son directos y se encuentran poco vinculados a las cadenas productivas.	SI	Sus procesos de comercialización en algunos casos son directos y en otros no, ya que como se ha mencionado las ventas que esta empresa realiza es al exterior y no se encuentra ligada a las cadenas productivas ya que adquiere el producto totalmente acabado y no realiza ninguna modificación al mismo.
7. La forma de operar de su personal presenta una estructura informal ya que involucra personal no remunerado y la remuneración es escasamente permanente.	SI	A pesar de que no presenta una estructura informal en la forma de operación de su personal, esta si se ha visto en algunos casos ligada a la no remuneración de las actividades que realiza, y en algunos casos esta remuneración se ha visto suspendida para alguno de los empleados.
8. La producción está basada en apreciaciones personales, y no en estudios concretos, especializados y objetivos sobre la demanda.	SI	A pesar de tener como ventaja un consignatario fijo en los Estados Unidos y de tener un conocimiento más amplio y cercano del mercado en el que vende, algunos de los problemas que enfrenta en la actualidad, se han debido a las apreciaciones personales de los integrantes y a una falta de conocimiento de forma objetiva del mercado y de la demanda.
9. El control de inventarios no responde a ninguna planeación y técnica o este puede ser inexistente.	SI	Este punto se encuentra ligado con el anterior, ya que si no se conoce la demanda de un producto esto puede provocar que se compre más producto del que realmente se puede desplazar y con esto quedar con mercancía en stock, por lo que el control de los inventarios a pesar de que si existe dentro de esta empresa, no se lleva de una forma planeada
10. La contabilidad de la microempresa es escasa.	NO	Este es un punto en el que más control se lleva, ya que la contabilidad es percibida como un instrumento fundamental, que puede permitir el manejo ordenado de cada una de las operaciones, así como da la oportunidad de un crecimiento programado y calculado para la empresa. Se toma en cuenta tanto en aspectos fiscales como de operación.

Esta tabla muestra las diez características de la microempresa en nuestro país, identificadas por W. Skerchly Ricardo en *Microempresa, financiamiento y desarrollo: el caso de México*, las cuales fueron expuestas en el apartado de financiamiento, en la que se muestran las que son aplicables a esta empresa y su correspondiente explicación de motivos.

La tabla anterior muestra las diez características de la microempresa en nuestro país, identificadas por W. Skertchly Ricardo en *Microempresa, financiamiento y desarrollo: el caso de México*, las cuales fueron expuestas en el apartado de financiamiento, en la que se muestran las que son aplicables a esta empresa y su correspondiente explicación de motivos.

Es posible apreciar que dentro de las características presentadas en la tabla anterior, la empresa Sercoma S.A. de C.V., cumple con siete de las diez revisadas por lo que se demuestra que no todas las empresas que pertenecen a esta categoría deben ser tratadas de la misma manera, puesto que algunas tienen atributos que pueden ser usados en su beneficio como lo es en este caso en particular.

Si se es flexible en la apreciación, esta empresa tiene algunos elementos a su favor que son importantes y fundamentales para su crecimiento y desarrollo, como lo es el contar con una estructura organizacional bien definida que le da la oportunidad de controlar sus operaciones y de conducir de una forma óptima cada una de las áreas que la integran, además de que el considerar a la contabilidad por mínima que esta pueda ser, como piedra angular de control de las transacciones realizadas y como medio para mejorar la canalización y administración de los recursos es un punto importante en su beneficio, ya que en el momento en que sus movimientos sean más frecuentes y significativos, este crecimiento se realizará de una forma ordenada, programada y controlada, aminorando los riesgos de las operaciones de comercio exterior que lleva a cabo y registrando un mayor beneficio para la misma.

Otro punto significativo es que esta empresa no cuenta con nexos familiares, por lo que no es una empresa familiar y su estructura no atiende a intereses de una familia en particular, por lo que tiene un mayor control dentro de la organización y en la planeación y operación de cada una de las operaciones que realiza.

Al exterior esta empresa cuenta con un consignatario fijo en Estados Unidos de Norteamérica, por lo que tiene ventaja sobre otras empresas que se dedican a la misma actividad, ya que sin destinar grandes cantidades de dinero para investigación de mercado u obtención de clientes, ésta ha podido trabajar enviando sus productos al mercado exterior.

Es muy importante recalcar que en el caso de la empresa Sercoma S.A. de C.V., este punto ha sido fundamental para su funcionamiento, ya que existe el convenio empresarial con una empresa establecida bajo las leyes de Estados Unidos de Norteamérica, que le permite enviar lo que los clientes están solicitando de forma directa o de la búsqueda de los productos mexicanos con las características específicas que se desean en el producto. Este aspecto le permite a la empresa tener un punto de beneficio sobre las demás y realizar su trabajo en el mercado exterior de una forma más controlada, menos arriesgada, más segura y más precisa. Pero como se ha podido observar, no siempre las apreciaciones que se han hecho sobre el mercado destino han sido las correctas y esto ha ocasionado algunas fallas dentro de las operaciones de la empresa.

A pesar de que esta empresa tiene el conocimiento sobre los programas de fomento a las exportaciones, de programas del gobierno capitalino y del gobierno federal sobre el apoyo a las empresas y de conocer parte de los créditos que se ofrecen por parte de la banca comercial de este país, no cuenta con ningún apoyo externo, por lo que

desde un principio ha operado con capital propio, desarrollando operaciones en donde todo el capital de riesgo es parte del activo de la empresa.

Ante esta situación la empresa tuvo que recurrir como opción de financiamiento a los prestamistas, debido a que algunas de las instituciones bancarias de nuestro país que a pesar de contar con el financiamiento para esta categoría empresarial, solicitaron requisitos excesivos que ésta no pudo cumplir, por lo que está fuera de las posibilidades que un crédito le pueda brindar para su funcionamiento.

Cómo se mencionó la empresa no pudo calificar para los préstamos de las instituciones bancarias debido a las siguientes razones:

- ❖ El monto mínimo de ventas requerido por parte de una de las instituciones bancarias es de \$75,000.00 mensuales, requisito que la empresa no pudo cumplir, puesto que su monto de ventas mensuales se encuentra por debajo de este rango.
- ❖ El tiempo de operación que una institución bancaria solicita como garantía es mayor a los dos años, la empresa Sercoma S.A. de C.V. tiene menor tiempo del solicitado por lo que es considerada como una empresa de reciente creación y esto hace que sus operaciones por mínimas que sean no sean tomadas en cuenta, ya que el banco exige se le demuestre el historial de ventas, cartera por cobrar, listado de clientes, entre otros requisitos.

Es importante reconocer que a pesar de las grandes deficiencias que enfrenta esta empresa en su interior, ha decidido operar tomando en cuenta las ventajas de contar con un consignatario fijo en Estados Unidos para trabajar en un mercado que por la lejanía y el desconocimiento del mismo, la inserción o la venta en estas condiciones es más complicado que para una empresa que cuente con mayores recursos.

A pesar de los factores anteriores, es necesario destacar la labor de fomento a las exportaciones que ha realizado esta empresa desde su creación, ya que por muy pequeñas que sean sus ventas contribuye de forma real y constante en las exportaciones que realiza nuestro país, además de fomentar la productividad de otras empresas, a través de la compra del producto terminado para exportar. Dentro de este esquema es fundamental señalar su contribución a la planta laboral de México, ya que el personal que ocupa se encuentra dentro de la población económicamente activa.

La labor que realiza esta empresa es muy importante para el crecimiento de nuestra economía, ya que es posible decir que Sercoma S.A. de C.V. ayuda e impulsa el crecimiento de otras empresas 100% mexicanas, ya que todo el producto exportado es de empresas nacionales, aunado a que la empresa realiza actividades que se pueden ver reflejadas en la economía nacional, ya que forma parte del 2% de microempresas que exportan en México.

Es necesario destacar que a pesar de los problemas que pueda enfrentar esta empresa en su interior, su aportación a la economía mexicana es verdadera, ya que funciona como una empresa exportadora final, porque realiza la siguiente función: "... señala hechos de cooperación con las manufactureras, ya que la empresa manufacturera

sólo puede transformar (algodón-semilla a tela para procesar, desteñir, etc.) y la empresa exportadora final ya la vende como prenda de vestir (camiseta, playera).²

Sercoma S.A. de C.V., mantiene relaciones comerciales con proveedores mexicanos de productos variados, estas empresas a pesar de tener mucho más tiempo de estar constituidas y de ser pequeñas y medianas empresas, no son empresas exportadoras, a pesar de ser empresas manufactureras, por lo que la empresa estudiada funciona como puente para las empresas proveedoras en el sentido que por medio de ella, las empresas manufactureras, han logrado llegar a un mercado que en primer lugar no se le tenía contemplado y por el otro que se trata de un mercado exterior.

Al analizar a los proveedores de esta empresa se ha detectado que la opción de la exportación para las empresas manufactureras no es contemplada, ya que la consideran como una actividad costosa, arriesgada, poco confiable, difícil por la serie de trámites que hay que realizar, con una logística complicada, y como una venta que si no se controla, puede generar más gastos que ganancias.

Las empresas proveedoras, manifiestan estar conformes con la venta de sus productos en el mercado nacional, con su posicionamiento en el mismo y el reconocimiento de la marca de sus productos en el país y de su distribución en distintos puntos de la República Mexicana.

Otras razones para la nula exportación de empresas pequeñas y medianas son las siguientes:

- ❖ La preocupación de abastecer al mercado nacional.
- ❖ La resistencia a realizar una operación desconocida y nueva.
- ❖ Falta de ubicación de los mercados extranjeros.
- ❖ Desconocimiento de los procedimientos de pago y financiamiento.
- ❖ Desconocimiento de los procedimientos de exportación.
- ❖ Desconocimiento del mercado de exportación.
- ❖ Enfrentamiento a una intensa competencia.
- ❖ El escaso margen de ganancia que esto les pueda generar.
- ❖ Falta de calidad de los bienes o servicios.

Si atendemos a estas explicaciones, es mucho más fácil comprender el beneficio que las empresas comercializadoras dedicadas a la exportación pueden generar al desarrollo de la base empresarial de México.

Las compras que realiza la empresa para convertirlas posteriormente en ventas al exterior, son el elemento que mueve a otras empresas dentro de nuestro país, ya que no sólo se trata del movimiento que provoca en la compra del producto, puesto que este a su vez generó la compra de materias primas que fueron transformadas por medio de un proceso de producción, para finalmente enfantizar que una operación como la de exportación, implica la contratación de servicios especializados en comercio exterior, como lo son el de una empresa transportista y un agente aduanal; por lo que los beneficios se pueden ver en varias direcciones.

² Rodríguez Valencia, Joaquín, *Admisnitración de pequeñas y medianas empresas exportadoras*, op. cit., p. 64.

4.6 Contribución de la empresa SERCOMA S.A. de C.V. al fomento de la exportación de productos mexicanos.

Como ya se analizó, la exportación es una actividad importante y fundamental para un país por la captación de divisas que genera para el mismo. La exportación como actividad puede ser realizada por una empresa comercializadora y contribuye a la obtención de los siguientes beneficios:

1. Mantener una balanza de pagos nivelada: esto es posible por medio del desarrollo de la actividad de exportación, ya que se realiza una canalización de insumos y productos hacia mercados internacionales.
2. Forma parte de la red de apoyo a el mercado nacional por medio de la colocación de productos nacionales en el exterior.
3. El conocimiento sobre tecnología, innovación, calidad, diseños de productos y el conocimiento del mercado internacional dónde el producto ha sido colocado representa un punto de retroalimentación que contribuye a la competitividad y desarrollo nacional de las empresas productoras.
4. El conocimiento y visión que se tenga sobre los mercados internacionales contribuye a la formación y desarrollo de muchos sectores de la economía nacional.
5. Sirven de apoyo en la comercialización mundial de productos elaborados por productores nacionales pequeños cuya capacidad administrativa, financiera y de producción no son las requeridas para exportar sus productos
6. La empresa comercializadora realiza una actividad integral, ya que son exportadoras de distintos productos nacionales, y con esto promueven la capacidad de nuestro país tanto en recursos como en producción.

Es de suma importancia mostrar la aportación que realiza una microempresa al fomento de una actividad tan importante como lo es la exportación; que a pesar de que el 98% de las empresas en México pertenecen a esta categoría, sólo el 2% de ellas exportan.

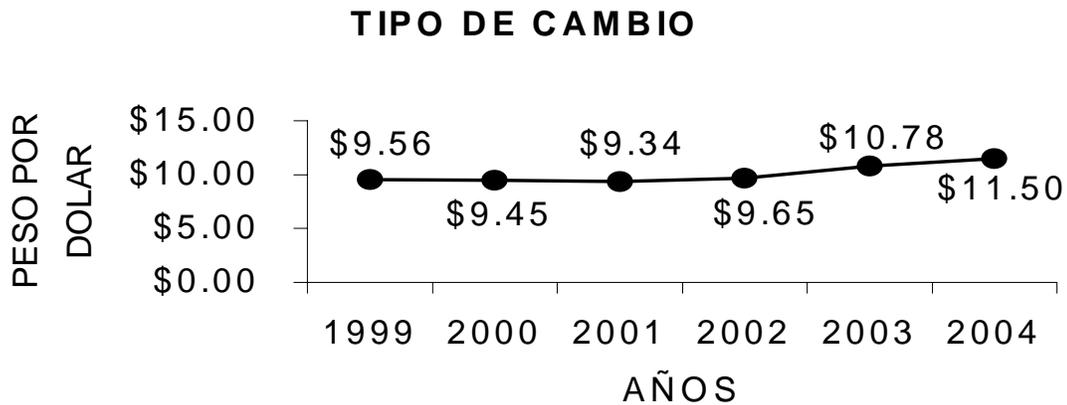
Las implicaciones y responsabilidades que existen en el desarrollo de la actividad de exportación son percibidas como un peligro si no se tiene conocimiento de los procesos que hay que realizar para llevarla a cabo, además de que la exportación es percibida como una acción riesgosa que puede generar más gastos (pérdida) que ganancia si no se controla y atiende a cada uno de las actividades que hay que llevar a cabo antes, durante y posteriormente de realizarla, sin embargo existen empresas que dentro de la categoría microempresarial hacen un gran esfuerzo por participar en el intercambio comercial internacional a través de la exportación.

4.6.1 Comportamiento de las exportaciones mexicanas.

SERCOMA S.A de C.V, es una empresa comercializadora perteneciente a la categoría de la microempresa, dentro de sus actividades preponderantes se encuentra la exportación, por esto es importante presentar el comportamiento de las exportaciones mexicanas, considerando los montos, productos exportados y principales destinos de nuestras exportaciones, con el fin de tener presente el panorama general de esta actividad en México, que es el entorno interno nacional en el que la empresa analizada realiza sus operaciones comerciales de índole internacional.

Los factores determinantes para las exportaciones de todo país son el tipo de cambio, la productividad de los factores de producción y el poder adquisitivo del país destino de esas exportaciones.

En este aspecto es importante mencionar que el tipo de cambio de nuestra moneda con respecto al dólar se vio seriamente afectado ya que este se ha encontrado fluctuante puesto que en 1999 fue de \$9.56, en el 2000 fue de \$9.45, en el 2001 fue de \$9.34, en el 2002 de \$9.65 y la cifra final del 2003 fue de \$10.78, y hasta Abril de 2004 (fecha hasta la que abarca esta investigación) este se encontró por arriba de los \$11.50.



Fuente: Tabla de elaboración propia con base en el Informe Anual 2003 del

Un aspecto de las exportaciones mexicanas y que no se puede ver como un fenómeno aislado es que estas dependen en buena parte del sector industrial de los Estados Unidos, ya que hay que tomar en cuenta y resaltar el hecho de que estas son generadas por la industria maquiladora de exportación establecida en nuestro país.

Para aclarar este aspecto hay que definir que una empresa maquiladora de exportación es: "...una corporación mexicana que realiza operaciones de maquila. En esencia mercancías extranjeras son importadas temporalmente por México para ser terminadas, ensambladas o reparadas para entonces ser exportadas a su país de origen o a un tercer país"³ En otras palabras una empresa maquiladora es aquella que es contratada para realizar: "...los servicios de transformación industrial que los propietarios de las materias primas requieren para convertirlas en productos semi o totalmente elaborados..."⁴

³ Morales, Gerard, *Highlights of the Maquiladora Industry*, en www.hg.com.

⁴ Pozas Ricardo y Luna, Matilde, *Las empresas y los empresarios en el México contemporáneo*, Grijalbo, México, 1991, p. 590.

El comportamiento de las exportaciones mexicanas fue para el año de 1993 de 30,033 millones de dólares, diez años después en el 2003 fueron de 87,455 millones de dólares, en una década las exportaciones crecieron en un 34.34%, de las cuales el 91% de nuestras exportaciones han sido destinadas al mercado de los Estados Unidos de Norteamérica. Aunado a este factor, las exportaciones mexicanas se han visto afectadas por la enorme competencia que representa para ellas las exportaciones provenientes de China en el mercado norteamericano, lo que repercute de forma directa en los montos de producto exportado.

Dentro de los principales productos exportados en el periodo de 1993 a 2003 se encontraron:

- ❖ Petróleo.
- ❖ Automóviles (personas y carga).
- ❖ Máquinas para procesamiento de datos.
- ❖ Partes o piezas para maquinaria.
- ❖ Aparatos e instalaciones eléctricas.
- ❖ Refacciones para estas industrias.

Si se observa con atención fuera del petróleo encontramos que las industrias que más contribuyeron a las exportaciones de nuestro país se encuentran en sectores maquiladores, exclusivamente de la maquila de exportación. Es posible apreciar que el sector manufacturero no representó un incremento significativo, ya que la estructura se encuentra sin variaciones en el rango de una década.

Como una manera de confirmar los datos anteriormente presentados, se mencionarán sólo las diez principales empresas exportadoras de las 100 que se tienen registradas, según la publicación Aduanas Customs y que son las siguientes:

LAS DIEZ PRINCIPALES EMPRESAS EXPORTADORAS EN MEXICO EN EL AÑO 2003

EMPRESA	SECTOR	PLANTAS EN MEXICO	ORIGEN/INICIO DE OPERACIONES	PRINCIPAL PRODUCTO DE EXPORTACION	EXPORTACIONES EN MILLONES DE DOLARES	PORCENTAJE DE PARTICIPACION POR SECTOR
1. Delphi	Electrónica	6	USA/1985	Autopartes Electrónicas	14,046 mdd	55.7%
2. PEMEX Exploración y Producción	Petrolero	301	México/1992	Petróleo	13,362 mdd	82.5%
3. General Motors	Automotriz	3	USA/1964	Autos y Camiones	8,636 mdd	36.69%
4. Daimler Chrysler	Automotriz	2	Alemania-USA/1968	Autos y Camiones	5,839 mdd	25.03%
5. Volkswagen	Automotriz	1	Alemania/1964	Autos	4,294 mdd	18.24%
6. IBM de México Manufactura y Tecnología	Electrónica de Cómputo	2	USA/1957	Equipo de cómputo	3,382 mdd	47.84%
7. Servicio Panamericano de Protección	Logística de Transporte	95	México/1965	Transporte de Valores	2,109 mdd	34.1%
8. Ford Motor Company	Automotriz	3	USA/1925	Autos y Camiones	1,924 mdd	8.18%
9. Jabil Circuit	Electrónica	3	USA/1997	Circuitos Electrónicos Impresos	1,867 mdd	23.7%
10. Flextronics Manufacturing	Electrónica	2	Singapur/1997	Autos y camiones	1,732 mdd	24.4%

Fuente: Tabla de elaboración propia con información de la revista Aduanas Customs, Edición Especial 2003.

La tabla anterior muestra que de las diez principales empresas exportadoras, sólo dos empresas son mexicanas, mientras que seis de ellas son estadounidenses, una alemana y otra asiática. Estas empresas tienen los índices más altos de exportación de acuerdo al sector al que pertenecen, a excepción de las empresas mexicanas que son Pemex y Servicio Panamericano de Protección, las empresas restantes operan bajo el esquema de maquiladoras de exportación. Se puede apreciar el desarrollo de ramas con mayor complejidad tecnológica como la electrónica, la de autopartes y la de maquinaria y equipo.

El mayor desarrollo de los sectores mencionados es debido a que los productos con mayor competencia en los mercados internacionales, obliga a países como Estados Unidos y Japón a perfeccionar de manera constante sus procesos, pero también a bajar sus costos de fabricación, para lo cual realizan el traslado al exterior de los procesos más

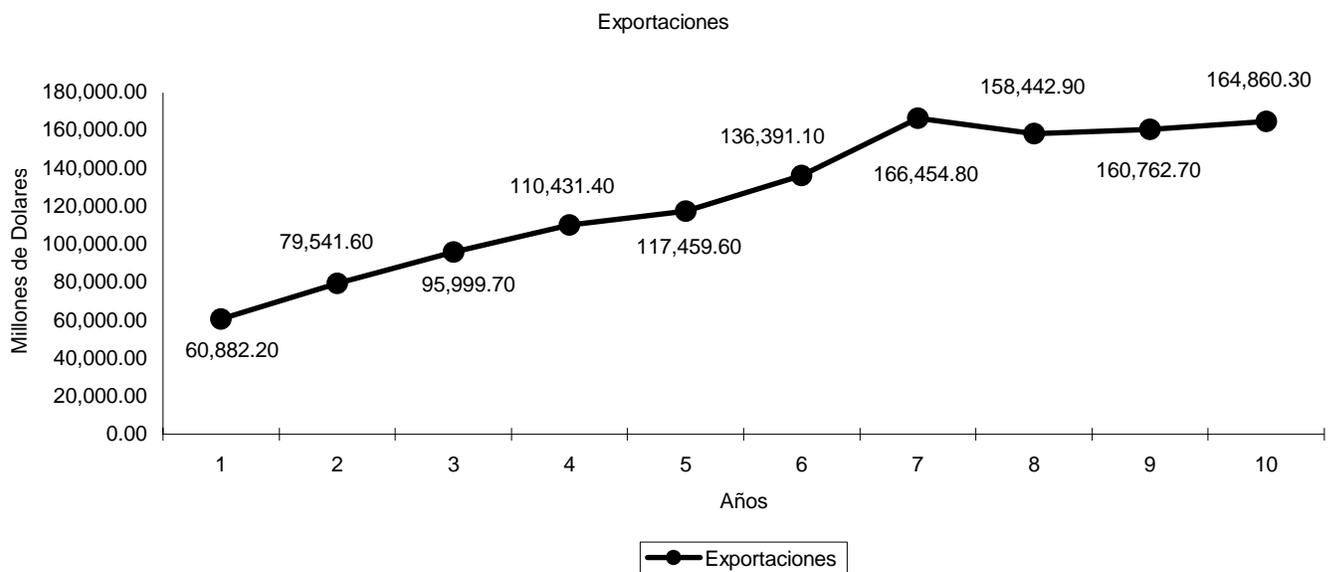
intensivos en el uso de mano de obra y esto es posible a través del uso del concepto de maquila de exportación.

Para contrarrestar los datos presentados en la tabla anterior cabe hacer la mención, si bien no de forma específica pero si enunciativa, que dentro de las diez principales empresas importadoras, encontramos que se encuentran ocho de las empresas que están catalogadas como las principales exportadoras, por lo que es posible determinar que estas se encuentran bajo el esquema de maquiladoras de exportación, con lo que sus exportaciones al ser eliminadas de la balanza comercial, reducen la participación real del resto de los sectores manufactureros de nuestro país en las exportaciones.

EXPORTACIONES TOTALES DE MEXICO DE 1994 A 2003

Consecutivo	Año	Exportaciones Millones de Dolares
1	1994	60,882.20
2	1995	79,541.60
3	1996	95,999.70
4	1997	110,431.40
5	1998	117,459.60
6	1999	136,391.10
7	2000	166,454.80
8	2001	158,442.90
9	2002	160,762.70
10	2003	164,860.30

Fuente: Tabla de elaboración propia con base en el Informe Anual 2003, Banco

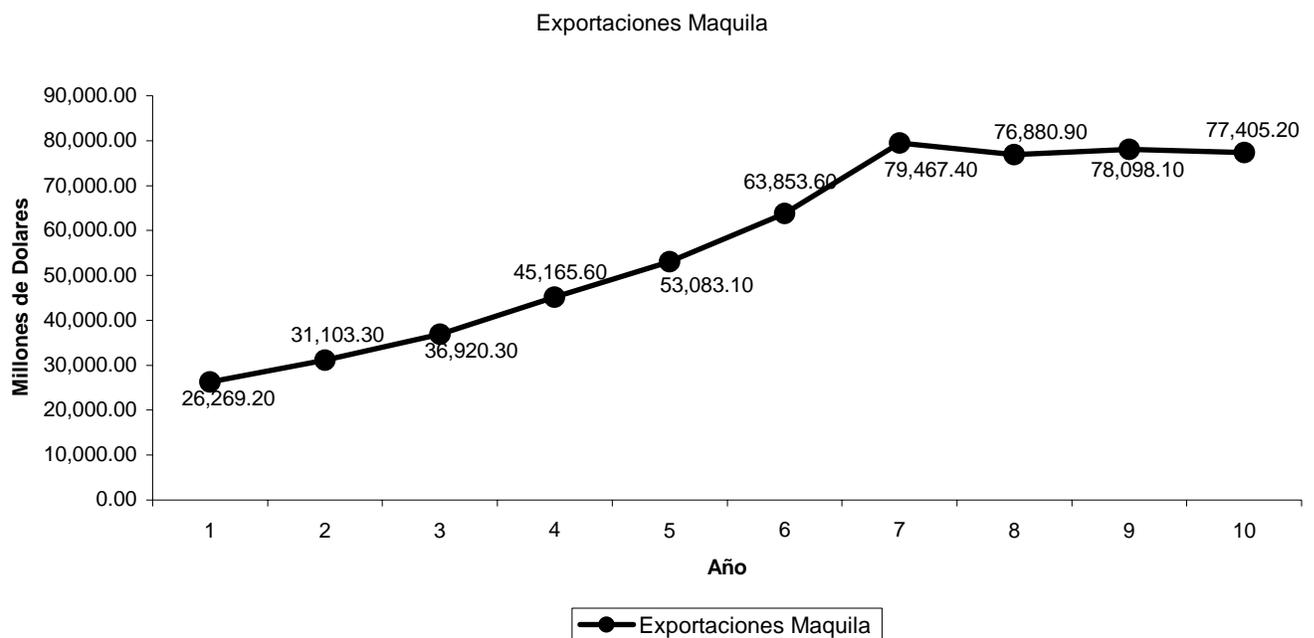


La gráfica anterior demuestra el comportamiento de las exportaciones de nuestro país del periodo de 1994 al 2003. Como se mencionó anteriormente los sectores que mayor participación han tenido en el desarrollo de las mismas son: petróleo, automóviles, máquinas de procesamiento de datos, partes o piezas de maquinaria, aparatos e instalaciones eléctricas y refacciones.

EXPORTACIONES TOTALES DE LA INDUSTRIA MAQUILADORA EN MEXICO DE 1994 A 2003

Consecutivo	Año	Exportaciones Millones de Dolares
1	1994	26,269.20
2	1995	31,103.30
3	1996	36,920.30
4	1997	45,165.60
5	1998	53,083.10
6	1999	63,853.60
7	2000	79,467.40
8	2001	76,880.90
9	2002	78,098.10
10	2003	77,405.20

Fuente: Tabla de elaboración propia con base en el Informe Anual 2003,

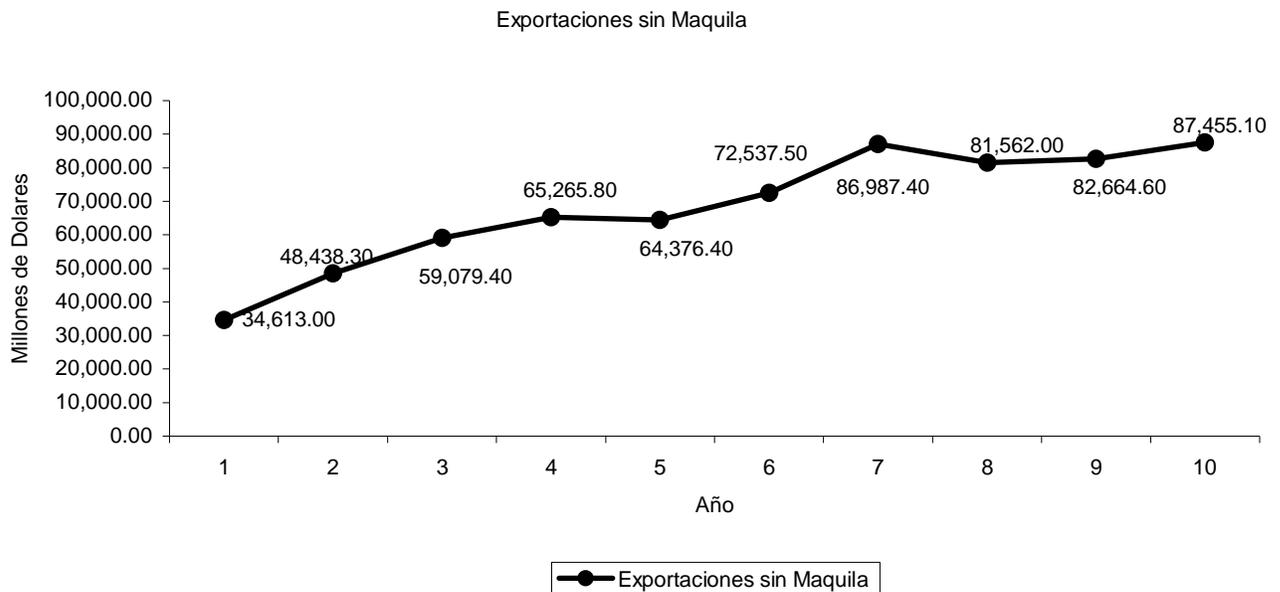


La gráfica anterior representa las exportaciones totales de la industria maquiladora del periodo de 1994 a 2003, el cual se ha visto beneficiado del uso de la infraestructura ofrecida por nuestro país como por el de las economías de escala. Hay que tomar en cuenta que en la exportación bajo este concepto, México no vende mercancías cuyo pago ingrese a empresas netamente nacionales. Estas exportaciones sólo se refieren al valor de la producción ensamblada en nuestro país que será vendida por las empresas matrices en el extranjero.

EXPORTACIONES TOTALES DE MEXICO SIN LA PARTICIPACION DE LA INDUSTRIA MAQUILADORA DE 1994 A 2003

Consecutivo	Año	Exportaciones Millones de Dolares
1	1994	34,613.00
2	1995	48,438.30
3	1996	59,079.40
4	1997	65,265.80
5	1998	64,376.40
6	1999	72,537.50
7	2000	86,987.40
8	2001	81,562.00
9	2002	82,664.60
10	2003	87,455.10

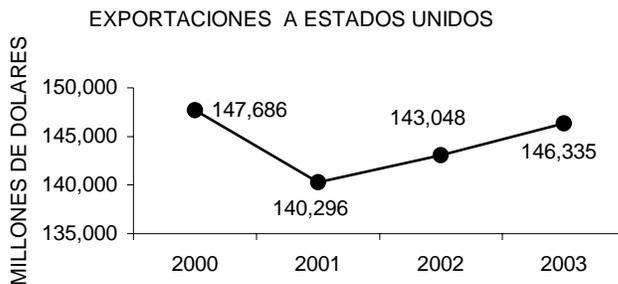
Fuente: Tabla de elaboración propia con base en el Informe Anual 2003, Banco



La gráfica anterior representa las exportaciones totales de México sin la participación de la industria maquiladora. Como puede apreciarse si se toman en cuenta las gráficas presentadas anteriormente, los índices de las exportaciones de nuestro país bajan considerablemente en todos los años presentados. Es necesario enfatizar que la industria maquiladora contribuye a las exportaciones totales de México, sin embargo estas empresas exportadoras se encuentran vinculadas a economías externas por lo que los beneficios serán traspasados a las empresas matrices en el extranjero, además de que las empresas con mayor crecimiento dentro del sector maquilador no se encuentran vinculadas con el desarrollo industrial de nuestro país, puesto que la prosperidad económica de estas empresas está basada en su repunte tecnológico, el cual no es compartido ni transmitido a empresas nacionales.

DESTINO DE LAS EXPORTACIONES MEXICANAS DE 2000 A 2004

Las exportaciones mexicanas realizadas entre los años 2000 a 2004 han tenido como destino las siguientes regiones:

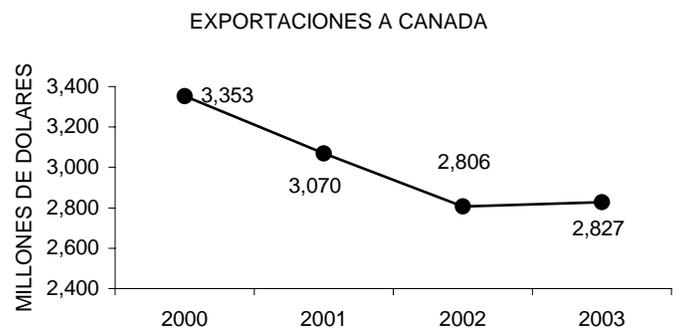


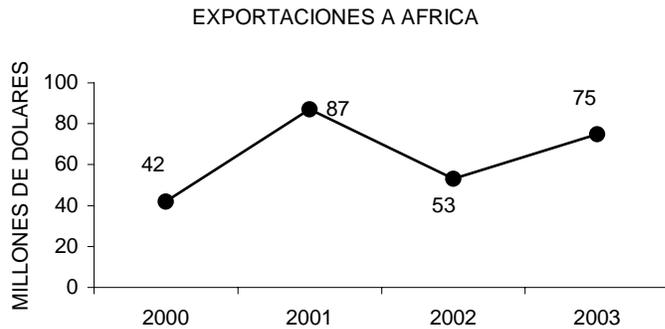
Las exportaciones realizadas por nuestro país, tienen como destino principal los Estados Unidos. En este caso en particular no se tomó el monto total de las exportaciones a la región de América del Norte para hacer notar que este sigue siendo el primer socio comercial de México. A pesar de que en la región exista el TLCAN, este no ha hecho que las exportaciones al mercado del otro socio comercial sean significativas. Los tres principales productos exportados a este mercado son: petróleo, automóviles y refacciones para la industria automotriz.

Las exportaciones realizadas al mercado canadiense no presentan montos elevados, de hecho el intercambio comercial con este socio comercial se ha disminuido en los dos últimos años en un 15.69 % en el 2003 con respecto al año 2000.

Esto demuestra que nuestro país sigue concentrando su comercio exterior en el mercado inmediato que es el estadounidense, a pesar de ser parte del TLCAN.

Los principales productos exportados a Canadá son: automóviles y petróleo.





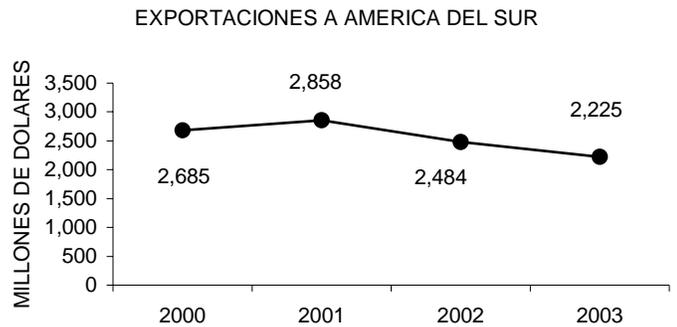
Fuente: Gráfica de elaboración propia con datos del Informe Anual 2003

Las exportaciones realizadas con Africa presentan los montos más bajos de todas las regiones, por lo que es un mercado poco explorado y poco relevantes para las exportaciones mexicanas. Los principales productos exportados a esta región son: petróleo y manufacturas de metal.

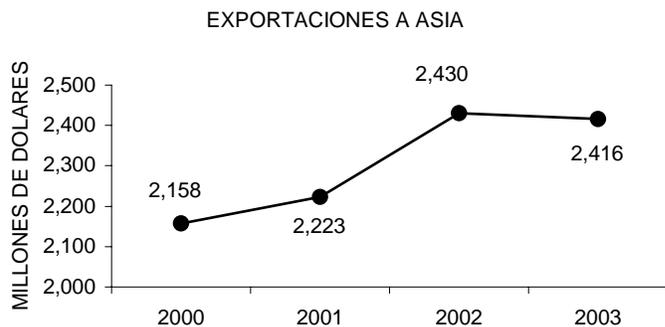
Las exportaciones realizadas a la región de América del Sur, no son tan representativas a pesar de la existencia de Tratados de Libre Comercio con países de la región y de la existencia de Acuerdos de Complementación Económica.

Dentro de los principales mercados destino de las exportaciones mexicanas encontramos el mercado brasileño, seguido del mercado colombiano y el mercado chileno.

Los principales productos exportados a esta región son: motores, pinturas y aparatos eléctricos.



Fuente: Gráfica de elaboración propia con datos del



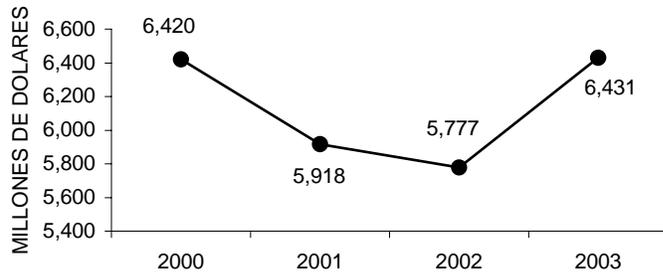
Fuente: Gráfica de elaboración propia con datos del

Las exportaciones realizadas al mercado asiático son absorbidas en su mayoría por el mercado japonés, seguidas del mercado chino.

Las cifras de productos exportados de esta región son equiparables a las obtenidas de la exportación con Canadá y América del Sur.

Los principales productos exportados a esta región son: refacciones, circuitos y autopartes.

EXORTACIONES A EUROPA



Las exportaciones realizadas a Europa concentran las ventas realizadas a la Unión Europea, dentro de este mercado potencial el principal destino de las exportaciones mexicanas son canalizadas al mercado alemán, español y a los Países Bajos respectivamente.

Los principales productos exportados a esta región son: Autos y medicamentos.

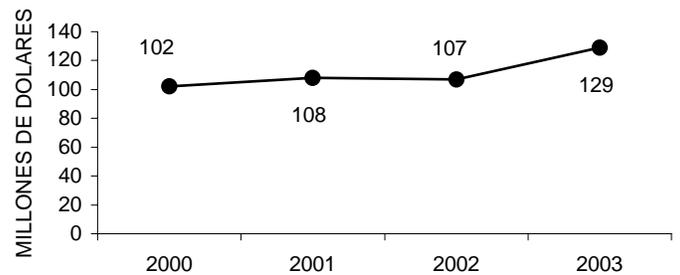
Fuente: Gráfica de elaboración propia con datos del

Las exportaciones realizadas a esta región no presentan montos significativos dentro del total de nuestras exportaciones.

El principal país destino de nuestro intercambio comercial es con Australia.

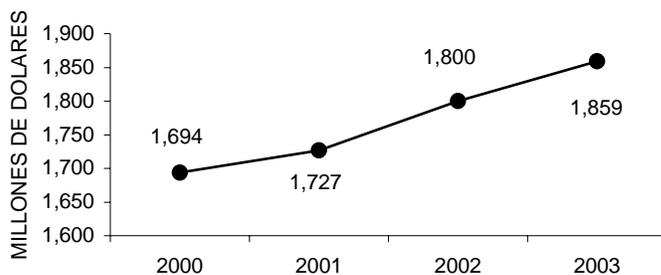
Los principales productos exportados a esta región son: cajas de velocidades para automóviles, cerveza de malta y autopartes.

EXPORTACIONES A OCEANIA



Fuente: Gráfica de elaboración propia con datos del

EXPORTACIONES A CENTROAMERICA



El principal destino de las exportaciones a Centroamérica se concentran en Guatemala y Costa Rica principalmente.

Los tres principales productos que se consumen en esta región son: el aluminio y sus manufacturas, champués y medicamentos

Fuente: Gráfica de elaboración propia con datos del Informe Anual 2003, Banco México

4.6.2 Entorno comercial externo en el que se desenvuelve la empresa SERCOMA S.A. de C.V.

El entorno de apertura comercial a nivel mundial se ha visto afectado por diversos acontecimientos, los cuales han condicionado el intercambio comercial entre los distintos países.

Dentro de este punto es pertinente mencionar que nuestro país se desarrolló en un ambiente de hechos que desestabilizaron el comportamiento de los mercados, convirtiéndose en un entorno hostil para el desenvolvimiento y funcionamiento de las empresas nacionales, debido a esto es necesario presentar una visión general del acontecer a nivel internacional.

Los problemas que algunos países enfrentaron, afectaron de manera global al resto del mundo, en nuestro caso en particular, nuestra cercanía con uno de los mercados más grandes del mundo, condujo a que nuestro país viviera muy de cerca los atentados terroristas del 11 de Septiembre de 2001, que como pudimos ver transformó en buena medida la forma de comportarse de los mercados internacionales y que desembocó en un conflicto bélico en Irak. A este aspecto hay que sumar el brote epidémico en Asia, que alertó al mundo en general y repercutió en las operaciones comerciales que se mantuvieron con ese país, además de que en Canadá se dio el brote del Síndrome Respiratorio Agudo (SAR) y de la encefalopatía bovina (vacas locas).

La aparición de leyes como la Public Health Security and Bioterrorism Preparedness and Response Act of 2002 conocida como la Bioterrorism Act o Ley contra el Bioterrorismo, que fue validada por el Ejecutivo de los Estados Unidos de Norteamérica el 12 de Junio de 2002, afectó de forma radical las exportaciones de alimentos o de artículos para el consumo humano que se destinen a ese país. Esta ley es aplicada de forma general para todos aquellos países que deseen vender sus productos (siempre y cuando sean destinados para este fin) en ese mercado.

Este tipo de leyes pone de manifiesto que en los intercambios comerciales se están dando nuevas formas de proteccionismo, los cuales no están basados en cuotas y tarifas, ya que ahora se habla de cumplir con estándares de calidad, medidas fitosanitarias, antidumping, entre otros. El terrorismo surge entonces como una forma para impedir el intercambio libre de mercancías y se convierte en una barrera más para el comercio internacional.

En otro rubro es importante reconocer el crecimiento del mercado europeo, que gracias a las adiciones que ha sufrido la Unión Europea, este se constituye como el mercado más grande del mundo con 455 millones de consumidores lo cual se transforma en una oportunidad de exportación para las empresas mexicanas.

Por otro lado es necesario hacer mención del crecimiento de la economía de China y de sus exportaciones ya que estas han registrado un destacado incremento de sus ventas al exterior, teniendo como destino principal de sus productos al mercado de Estados Unidos; lo cual es un punto de alerta para México, ya que también es su principal mercado en el exterior y en el que ya se encuentra compitiendo con esta economía en

particular y con un alto riesgo de que sus exportaciones sean desplazadas por las realizadas por este país asiático.

De forma específica, los bajos costos de la mano de obra en China ha generado que las actividades de ensamblaje tiendan a reubicarse en esta nación, con lo que hace a sus productos más competitivos y por ende mayormente atractivos para ser importados por otros países.

En América Latina, Brasil se ha convertido en una de las economías más importantes de esta región, por lo que México firmó un Acuerdo de Complementación Económica en julio de 2002, con lo que el comercio bilateral entre estas dos naciones irá reduciendo y exentando aranceles a más de 800 productos de los sectores agrícola e industrial en forma paulatina hasta el año 2006.

El mercado de divisas se vio afectado, ya que la economía de Estados Unidos presentó un déficit en cuenta corriente y las bajas tasas de interés trajeron como consecuencia que el dólar se debilitara, ya que por vez primera este se cotizó más bajo que el euro. El dólar se depreció en un 11.7% en relación a las principales monedas (euro, yen, libra esterlina).

4.6.3 Ubicación del mercado destino de la empresa Sercoma S.A. de C.V.

El mercado en el que esta empresa realiza sus operaciones es en los Estados Unidos de Norteamérica, es importante hacer notar que los productos que exporta son 100% mexicanos y el segmento poblacional al que suministra dichos productos es el hispano.

La empresa Sercoma S.A. de C.V. detectó que los mexicanos e hispanos en general que viven en este país, tienen una cultura muy arraigada con nuestras raíces, por lo que el consumo de productos nacionales se incrementa.

La comunidad hispana en Estados Unidos representa para México un mercado potencial de ser explorado, tanto por sus dimensiones como por su importancia en la economía.

En el "...2000, el número de hispanos viviendo en Estados Unidos fue de 32.8 millones de personas, 12% del total de la población. Se calcula que para el año 2020 esta cifra se ubique en 55 millones de personas. Es importante mencionar que 22 millones de estas personas son de origen mexicano (casi el 20% de la población de México)."⁵

Es importante comentar que el poder de compra de la comunidad hispana de 1990 a 2000 se incrementó un 84.13% al pasar de \$208 a \$383 miles de millones de dólares.

Los datos anteriores demuestran que la comunidad hispana en los Estados Unidos de Norteamérica representa un mercado potencial que debe ser atendido bajo el criterio de similitud de preferencias y características de todos los grupos que conforman dicha comunidad.

⁵ González Mier, Víctor, "La nostalgia también se exporta" en *Negocios*, Bancomext, México, año 10, número. 115, octubre 2001, p. 18.

Otro dato interesante es que en este país existen más de 1.3 millones de negocios hispanos donde cerca del 50% son propiedad de empresarios mexicanos, lo cual es una oportunidad para una empresa como Sercoma S.A. de C.V.

Un punto importante de partida para que Sercoma S.A. de C.V. se decidiera a atender a un mercado como el mencionado es debido a que: "... la comunidad hispana ofrece grandes oportunidades para los empresarios mexicanos, ya que más de la mitad de este grupo de personas son otros mexicanos que están familiarizados con la variedad de nuestros productos y sus formas de consumirlos. Asimismo, hay que considerar que el precio y la calidad no son factores competitivos en su decisión de compra, ya que depende de otros, como la nostalgia por su país, su capacidad económica y la inexistencia de productos sustitutos.."6

La empresa Sercoma S.A. de C.V. opera específicamente en la ciudad de Atlanta-Georgia en los Estados Unidos de Norteamérica. Dicha ciudad es una de las que mayor crecimiento han tenido en los últimos años, ya que después del colapso del 11 de Septiembre de 2001, ha recibido una gran promoción para atraer la inversión extranjera a este estado en particular y su crecimiento se ha visto impulsado por grandes campañas de promoción a nivel internacional por parte de las empresas residentes en este estado que cuenta con 20 condados y con una población en el 2000 de cuatro millones de habitantes.

En el mismo orden de ideas se puede mencionar que su tasa de empleo es una de las más altas de este país, ya que de acuerdo a los analistas para el año 2005 se ubicará en el primer lugar en la creación de empleos. Esta ciudad se ha convertido en un gran centro de distribución y de servicios del Sureste de esta nación.

De acuerdo a los expertos en materia de comercio exterior "...las empresas interesadas en vender en este mercado deberán hacer una análisis de su oferta exportable, calificar, e identificar sus capacidades y debilidades, así como preparar un sólido perfil de sus empresas."7

En este punto para la empresa Sercoma S.A. de C.V. su inserción en el mercado anglosajón (específicamente atendiendo a las necesidades de la población mexicana) ha sido de forma controlada, ya que cuenta con la retroalimentación de información sobre las necesidades de los hispanos en general y de los mexicanos en forma particular por parte de la empresa consignataria. Un dato importante para esta empresa es el hecho de que dentro de la comunidad hispana, los mexicanos son los que mayor crecimiento poblacional han registrado, ya que se estima hay más de 430 mil mexicanos en el estado de Georgia, de los cuales 200 mil radican en la ciudad de Atlanta y su zona metropolitana.

La ciudad de Atlanta presenta muchas ventajas para una empresa como Sercoma S.A. de C.V., ya que cuenta con 1,300 empresas de origen extranjero, maneja un comercio exterior de 7 millones de dólares anuales, cuenta con el aeropuerto más importante del sureste de los Estados Unidos, así como con medios de transporte eficientes y empresas que realizan servicios de logística, empaque, comunicaciones e

⁶ *Ibidem*, p. 19.

⁷ Arteaga, Virginia, "Atlanta centro logístico del Este", en *Negocios*, Bancomext, año 10, número. 115, México, Octubre, 2001, p. 36.

internet., además de contar con una inversión extranjera considerable, por lo que es un buen lugar para la comercialización de productos mexicanos o para establecer centros de distribución.

Así mismo, es importante recalcar que la empresa Sercoma S.A. de C.V. tuvo acercamientos con este mercado de forma directa, por lo que las apreciaciones e información sobre el mismo fue percibido por los propietarios de la misma, con lo que se cumple la condición de que las decisiones sobre los negocios son tomadas de forma inmediata.

4.6.4 Ventajas operativas de la empresa Sercoma S.A. de C.V. al exterior.

La operación de una microempresa comercializadora de exportación tiene las siguientes ventajas al exterior:

- ❖ Nichos de mercado: No requiere de grandes volúmenes de exportación, ya que al tratarse de un pequeño hueco que ha sido desatendido en el mercado destino, tiene la oportunidad de realizar ventas que al paso del tiempo le puedan ser significativas.
- ❖ Flexibilidad: Una empresa como Sercoma S.A. de C.V. es capaz de cambiar de dirección en el mercado exterior, sin que esto le represente grandes costos, gracias a que cuenta con una pequeña estructura administrativa y el control y toma de decisiones es de forma directa ya que es atendida por sus propietarios.
- ❖ Relaciones directas: Este punto se relaciona con el anterior, ya que en esta las decisiones o las propuestas de negocios no deben de pasar por tantos puestos de mando y control, ya que sus propietarios son los que tienen la última palabra.
- ❖ Menor riesgo: A pesar que la realización de las ventas de exportación requieren de financiamiento, los proyectos de exportación de la empresa Sercoma S.A. de C.V. se han realizado con pocas necesidades de inversión inmediata, por lo que son menos riesgosas.
- ❖ Mayor dinamismo: Las relaciones más directas le han permitido al microempresario prever con mayor antelación las condiciones cambiantes y posibles enfrentamientos con la competencia, ya que la información le llega de forma directa y completa, sin que tenga que ser discernida entre distintas áreas antes de que se le entere al directivo.

4.6.5 Forma de ingreso al mercado exterior de la empresa Sercoma S.A. de C.V.

La empresa Sercoma S.A. de C.V. ingresa al mercado exterior a través de forma directa por medio de la figura de un Distribuidor que es la "...persona jurídica quien compra el producto a su propio nombre, custodia la mercancía y la vende a terceros aplicando un sobreprecio, con el que cubre los gastos y obtiene la ganancia necesaria."⁸

La empresa Montes Imports LLC es una empresa constituida bajo las leyes de Estados Unidos, y funciona para Sercoma S.A. de C.V. como su consignatario fijo y distribuidor, ya que este se encarga de realizar la distribución de la mercancía exportada a

⁸ Minervini, Nicola, *Manual del exportador*, McGraw-Hill, México, 1996, p. 157

través de su venta al mayorista, minorista y detallista, además de que es el punto de intersección entre Sercoma S.A. de C.V. y el mercado exterior.

La labor realizada por Montes Imports LLC es muy importante para las actividades que realiza Sercoma S.A. de C.V. ya que se encarga de retroalimentar a la empresa a través del intercambio de información sobre los cambios del mercado exterior, además de que funciona como un agente de ventas externo al proporcionar datos a esta empresa sobre los productos que están siendo demandados por este mercado con las especificaciones deseadas para que Sercoma S.A. de C.V. pueda darse a la tarea de la búsqueda, localización, y cotización tanto del producto como de los gastos de envío y trámites a realizar, para someterlo a consideración del cliente y tener la oportunidad de realizar una venta al exterior.

La empresa Sercoma S.A. de C.V. opera específicamente en la ciudad de Atlanta-Georgia en los Estados Unidos de Norteamérica, gracias a la asociación con la empresa Montes Imports LLC que se encuentra ubicada en esta ciudad.

4.6.6 Productos exportados por la empresa Sercoma S.A. de C.V.

Los productos que la empresa analizada vende al exterior se encuentran catalogados en las siguientes líneas:

- ❖ Textil.
- ❖ Artesanal.
- ❖ Industrial.
- ❖ Manufacturero en general.
- ❖ Perecederos.

Dentro de la línea textil encontramos lencería para dama, ropa para bebé y vestidos para niña. La línea artesanal, se compone de artesanías elaboradas en diversos materiales y estilos que pertenecen a distintas regiones de México. En la línea industrial le han sido demandados artículos para cocinas industriales y para el sector restaurantero como son licuadoras y batidoras de tipo industrial y hornos para tacos al pastor y máquinas tortilladoras, en el sector manufacturero encontramos artículos específicamente para cocina que van desde utensilios de cocina hasta una línea de cuchillería y finalmente en la línea de perecederos encontramos que exporta concentrado de horchata para la preparación de agua de sabor.

El número de artículos que maneja en su totalidad es extenso, ya que cuenta con un catálogo de más de 200 artículos diferentes distribuidos en las cinco líneas de productos mencionados anteriormente, por lo que para efectos de este estudio no se mencionarán en su totalidad y sólo se tomarán como referencia para el presente análisis.

Las líneas de productos manejadas por Sercoma S.A. de C.V. pueden subdividirse en dos tipos: productos de estación y fijos. Los primeros son aquellas mercancías que sólo se venden en una temporada del año, es decir que no son demandados de forma constante y que por lo tanto registran periodos elevados de venta pero de forma segmentada en un periodo de tiempo; los fijos, son aquellos que tienen una demanda constante durante todo el año, es decir que mes a mes estos pueden registrar una demanda por parte del mercado exterior.

De acuerdo a las líneas de productos manejadas por la empresa analizada encontramos que tienen productos fijos y de estación, lo cual será esquematizado de forma general en la siguiente tabla.

**LINEAS DE PRODUCTO MANEJADOS POR
LA EMPRESA ANALIZADA**

LINEA DE PRODUCTO	PRODUCTO DE ESTACION	PRODUCTO FIJO	MOTIVOS
Textil	NO	SI	Los productos de este sector han demostrado una demanda constante en el periodo analizado
Artesanal	NO	SI	Los artículos que caen en esta categoría, pueden tener una demanda fija, pero en este caso en particular, las ventas realizadas por esta empresa no registran ninguna perteneciente a este sector.
Industrial	NO	SI	Las mercancías exportadas en este sector son de consumo fijo, ya que no registran ventas en un periodo en particular; sin embargo, debido al tipo de artículos que se manejan en esta línea, no son de consumo inmediato ya que se trata de equipos especializados para cocinas industriales y del sector restauranero, por lo que la duración de los mismos los hace ventas de exportación esporádicas.

Fuente: Tabla de elaboración propia con base a la observación participante realizada

**LINEAS DE PRODUCTO MANEJADOS POR
LA EMPRESA ANALIZADA**

LINEA DE PRODUCTO	PRODUCTO DE ESTACION	PRODUCTO FIJO	MOTIVOS
Manufacturero en general	NO	SI	En este sector podemos encontrar una gran variedad de utensilios de cocina en su mayoría, así como una línea especializada de cuchillería para restaurantes y de mesa, esta funciona como punto de apoyo para la línea industrial, ya que a través de la complementación de estas líneas se pretende abarcar más de ambos sectores y tener más opciones de venta en este rubro, sin embargo, esta línea tiene un consumo constante pero bajo, ya que la naturaleza de los artículos y las garantías que se ofrecen en cada uno de ellos hace que no tengan una demanda elevada y que no se compren de forma constante.
Perecederos	SI	NO	En este caso en particular la empresa maneja un concentrado de horchata para la preparación de agua de sabor que si presenta una estacionalidad, ya que este tiene mayor demanda en los periodos en la que la temperatura ambiental es más elevada y la bebida que con él se prepara es consumida de forma mayor que en los periodos donde las temperaturas son muy bajas. Por estas razones la demanda de este producto en particular registra alzas en la primavera-verano y registra caídas drásticas en el otoño-invierno.

Fuente: Tabla de elaboración propia con base a la observación participante realizada.

La siguiente tabla muestra los montos de venta de la empresa analizada de forma mensual, con lo que a pesar de que estas cifras se encuentran expresadas en miles de dólares, en algunos meses como puede apreciarse las cifras rebasan los montos de venta exigidos por las instituciones bancarias para la autorización de un crédito, sin embargo este no es definitivo ni regular, debido a la exportación de los productos de estación.

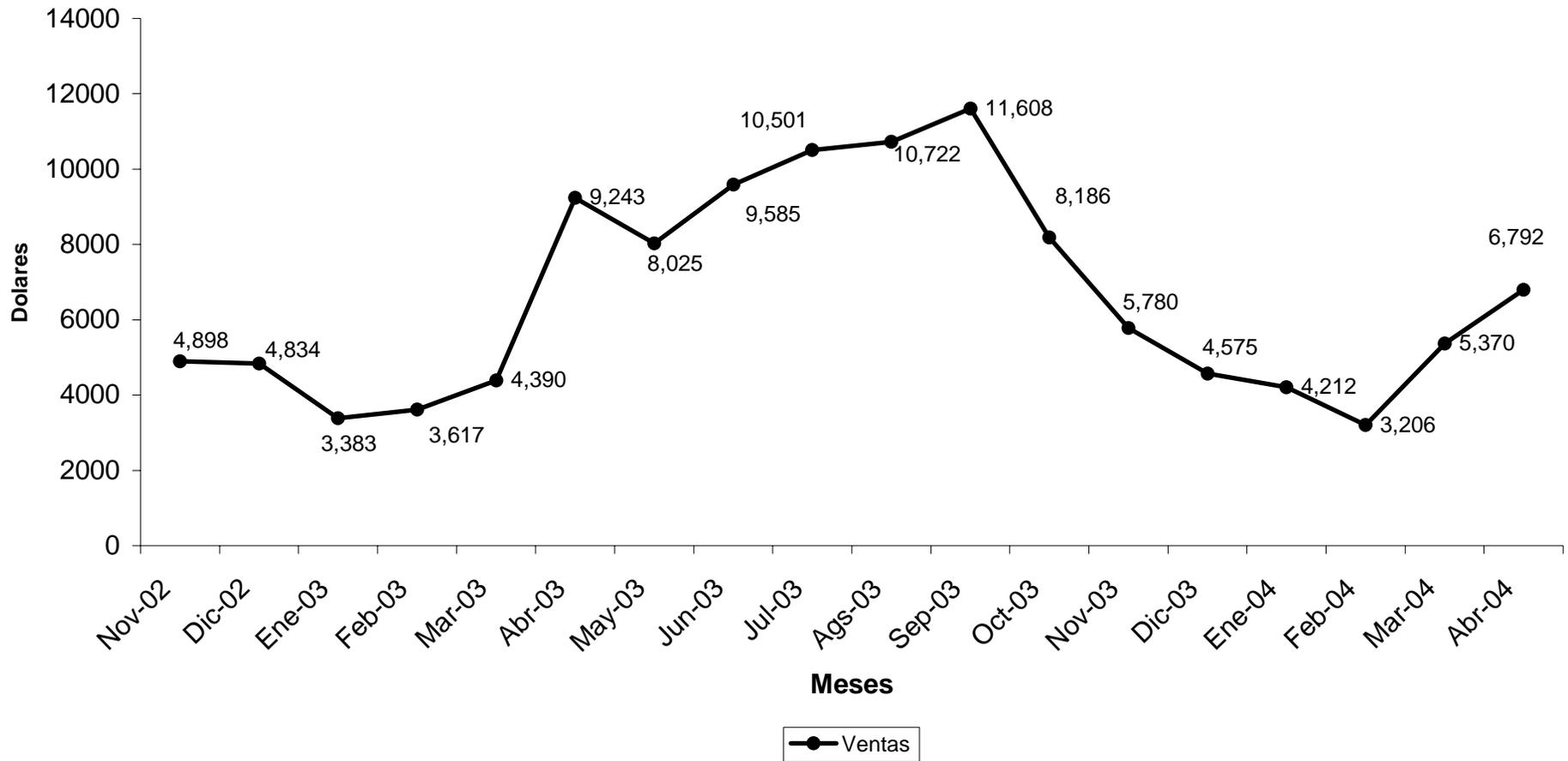
Exportaciones mensuales de la empresa Sercoma S.A. de C.V.

Consecutivo	Meses	Exportaciones Miles de Dolares
1	Nov 2002	4,898.00
2	Dic 2002	4,834.25
3	Ene 2003	3,383.00
4	Feb 2003	3,617.00
5	Mar 2003	4,390.00
6	Abr 2003	9,242.59
7	May 2003	8,025.00
8	Jun 2003	9,584.98
9	Jul 2003	10,500.87
10	Ags 2003	10,722.00
11	Sep 2003	11,608.00
12	Oct 2003	8,186.00
13	Nov 2003	5,780.00
14	Dic 2003	4,575.00
15	Ene 2004	4,212.00
16	Feb 2004	3,206.00
17	Mar 2004	5,370.00
18	Abr 2004	6,792.00

Fuente: Tabla de elaboración propia con datos del Reporte de ventas anual 2002-2003 Sercoma S.A. de C.V. y Reporte de ventas mensual Abril 2004 Sercoma,

Las ventas totales de la empresa SERCOMA S.A. de C.V. pueden representarse de forma gráfica de la siguiente manera.

Ventas Totales



Como se puede apreciar el repunte en las ventas de exportación de esta empresa se da a partir del mes de Abril de 2003, esto como se indicó debido a la venta del producto de estación el cual se mantiene en los meses siguientes hasta el mes de Septiembre de 2003, ya que para el mes de Octubre las ventas comienzan a disminuir debido a que comienza la temporada de frío y el producto no va a ser consumido como en la temporada de calor. A pesar de que esta gráfica muestra que las ventas no son lineales y los montos de venta son muy variables, si demuestra la constancia en las operaciones de exportación de esta empresa, ya que no hay un solo mes en el que no se hayan registrado ventas al exterior.

Es de suma importancia tomar en cuenta que la empresa analizada realiza un gran esfuerzo al exportar productos mexicanos al mercado exterior, lo cual puede apreciarse en la siguientes tablas:

AÑO	EXPORTACIONES TOTALES MEXICO CON MAQUILA	EXPORTACIONES TOTALES SERCOMA	PORCENTAJE DE PARTICIPACION
2002	160,762.7 mdd*	9,732.25 md**	0.000061 %
2003	164,860.3 mdd*	109,194.44 md**	0.000662%

Fuente: Tabla de elaboración propia con datos del Banco de México Informe Anual 2003 y en el reporte de ventas de SERCOMA S.A. de C.V. 2002-2003.

* Cifras expresadas en millones de dólares

** Cifras expresadas en miles de dólares

En la tabla anterior se puede apreciar la participación de la empresa SERCOMA S.A. de C.V en las exportaciones totales de México tomando en cuenta las realizadas por la industria maquiladora en los años de 2002-2003. Aunque las ventas realizadas en el mercado externo no son elevadas, si se puede notar la participación real de esta microempresa en las transacciones comerciales internacionales.

AÑO	EXPORTACIONES TOTALES MEXICO SIN MAQUILA	EXPORTACIONES TOTALES SERCOMA	PORCENTAJE DE PARTICIPACION
2002	82,664.60 mdd*	9,732.25 md**	0.000118 %
2003	87,455.10 mdd*	109,194.44 md*	0.001249%

Fuente: Tabla de elaboración propia con datos del Banco de México Informe Anual 2003 y en el reportes de ventas de SERCOMA S.A. de C.V. 2002-2003.

* Cifras expresadas en millones de dólares

** Cifras expresadas en miles de dólares

Esta tabla muestra la participación que tuvo la empresa analizada en las exportaciones totales de nuestro país sin tomar en cuenta las realizadas por la industria maquiladora en los años de 2002-2003. Al igual que en la tabla anterior los porcentajes de participación no son considerables ya que en ambos casos se encuentran por debajo del 0.01%, pero en este caso en particular muestra cifras más elevadas y estas pueden ser consideradas mayormente significativas, ya que sin el monto de las exportaciones de la

industria maquiladora, podemos decir que su participación es mayor dentro del sector manufacturero.

En ambos casos estas cifras muestran la aportación que realiza una microempresa al fomento de una actividad tan importante para el desarrollo y crecimiento de un país como lo es la exportación.

4.6.7 Conclusión del análisis de la empresa Sercoma S.A de C.V.

La realización del estudio de caso de una microempresa representa la ejemplificación de la realidad que viven las empresas pertenecientes a esta categoría en nuestro país.

El desarrollo de este análisis, se convierte en un acercamiento a estas entidades empresariales, ya que a pesar de que no es posible abarcar y aglomerar a todas las existentes dentro de una misma problemática, ya que todas presentan una situación particular, si es posible encontrar la existencia de puntos comunes a todas ellas.

Desde el tercer capítulo de este trabajo, he abordando la problemática concreta de estas empresas en México, obteniendo rasgos distintivos y característicos de la microempresa, mismos que fueron aplicados a esta empresa en particular y que manifiestan los siguientes resultados:

❖ Resultados positivos

1. Esta microempresa tiene características bien definidas y es compatible en un 70% con los rasgos distintivos de la microempresa en nuestro país; sin embargo tiene aspectos que son favorecedores para su crecimiento y desarrollo, siempre y cuando estos sean tomados en cuenta y explotados para su beneficio.
2. Las microempresas son consideradas en su mayoría como una fuente de autoempleo escasa en su visión de permanencia, sin embargo y a pesar de que esto es verdad existen casos concretos como el analizado en los que la empresa de reciente creación y de esta categoría tiene en su haber la visión de largo plazo, con lo que demuestra que cuenta con elementos para cimentar su permanencia, sobre los cuales puede comenzar a construir las bases de una empresa sólida, definida y programada y no sólo ser una opción de corto plazo sin planeación, ni estructura.
3. La microempresa analizada ha operado con sus propias fuentes de financiamiento sin el apoyo de programas de financiamiento de la banca comercial y del gobierno estatal o federal. Este es uno de los puntos más relevantes de este análisis, ya que como se ha demostrado a pesar de ser una microempresa, la actividad de fomento a la exportación de productos nacionales que realiza es de gran importancia, lo relevante de este aspecto en concreto es que sin el apoyo externo ha logrado hacer ventas de exportación y con esto contribuir de forma real al ingreso de divisas a nuestro país, ahora que; si esta empresa fuera beneficiaria de alguno de los programas existentes

para fomentar sus actividades por parte del gobierno o de las instituciones bancarias, su índice de ventas se incrementaría y con esto los beneficios de su existencia y funcionalidad serían mayores.

4. Esta empresa realiza una actividad preponderante al ser vínculo entre las empresas manufactureras de las que adquiere el producto para ser exportado y el mercado exterior, ya que logra a través de la realización de actividades específicas de comercio exterior llevar a mercados extranjeros productos de proveedores nacionales que no contemplan como una opción viable a la exportación.
5. Fomenta la integración de cadenas productivas dentro del sector manufacturero, contribuyendo con información específica a la adquisición de materias primas, y al mejoramiento de los procesos productivos de sus proveedores, con lo que eleva el nivel de calidad de la producción, y con esto logra que los productos a través de esta retroalimentación se conviertan en productos de calidad de exportación.
6. Maneja una variedad de productos nacionales, con lo que sus oportunidades de venta en el mercado exterior son mayores.
7. Tiene conocimiento del mercado exterior gracias a que cuenta con la información de Cámaras especializadas en Comercio en su mercado destino y con la información comercial (no asesorías) proporcionada por Bancomext.
8. Cuenta con una amplia red de contactos en materia de comercio exterior para obtener proveedores de servicios especializados en esta área que le permitan realizar sus ventas de exportación.
9. Se da a la búsqueda de proveedores nacionales que cuenten con los productos que están siendo demandados en su mercado destino, y posteriormente realiza una actividad de promoción de los mismos.
10. Conoce de forma directa el mercado exterior en el que trabaja, y esto le permite conocer a su competencia.
11. Cuenta con una cartera de clientes en el mercado destino.
12. Tiene conocimiento sobre el mercado en el que vende, su crecimiento y demandas.
13. La base de los productos que vende en el exterior es el consumo de nostalgia que le brinda ventajas sobre el producto y la demanda de los artículos que entran dentro de esta categoría.

❖ **Resultados negativos**

1. Opera dentro de condiciones deficientes ya que no cuenta con el capital suficiente para la realización de las operaciones de comercio exterior debido a que estas son costosas.
2. No existe la confianza suficiente para ser considerada como un sujeto de un crédito.
3. Le falta contar con la capacitación adecuada para el mejoramiento de sus actividades.
4. Tiene salarios bajos, por lo que esto puede desencadenar en un alto movimiento en cuanto a la rotación de su personal.
5. El mantenimiento de sus oficinas por pequeñas que estas sean, resulta costoso para una entidad de este tamaño.
6. Falta de una formalización de las relaciones laborales, debido a la no existencia de un contrato laboral. Los acuerdos entre los empleados están basados en la confianza, por lo que el incumplimiento no causa ningún tipo de sanción. Este aspecto frena su movimiento y sus operaciones.
7. La toma de las decisiones obedece a una apreciación personal de sus dirigentes y no se encuentra basada en estudios que demuestren la viabilidad de los proyectos que decide realizar.
8. A pesar de tener ventas constantes, estos aún representan índices muy bajos en su nivel con respecto a la exportación.
9. Falta de un seguimiento adecuado de las ventas.
10. Falta de un seguimiento adecuado de los clientes.
11. Fallas en las estrategias de distribución y ventas.
12. Bajo índice de continuidad en las actividades que realiza.
13. Logística no adecuada en algunas operaciones.

Los puntos expuestos anteriormente corresponden a la revisión de las características de la microempresa y de esta empresa en particular. El hecho de que respondan a una particularidad no debe ser tomado como un elemento de exclusión de las otras empresas que pertenecen a esta categoría, ya que precisamente este estudio puede ser tomado como un ejemplo de la situación por la que atraviesan otras empresas similares en nuestro país.

La problemática que vive esta empresa, los errores y aciertos que tiene son la manifestación de problemas enraizados en este sector empresarial en específico y que no escapa de las características identificadas dentro de la microempresa.

El análisis anterior funciona como un acercamiento para el conocimiento profundo de los problemas estructurales, de financiamiento, de gestión y operación de una empresa de categoría micro, poniendo especial énfasis en los rasgos distintivos que estas empresas pueden poseer, para que sean entendidas dentro de una generalidad pero atendidas en su particularidad.

Desde que la problemática de este gremio fue abordada, se enfatizó el hecho de que a pesar de que existen rasgos comunes a todas las microempresas, también tienen rasgos distintivos, con lo cual, lo que para una empresa puede funcionar, para las demás esto no puede ser viable o funcional, por lo que todos los resultados expuestos sólo pueden ser tomados para el resto de las empresas como aproximaciones basadas en la realidad de la problemática de esta, mientras que para esta empresa en concreto son puntos de interés sobre los cuales puede tomar cartas en el asunto y hacer que estos puedan ser una contribución para el mejoramiento del desempeño de sus operaciones.

En otro sentido, también es una aportación para todos aquellos interesados en conocer más de fondo la situación en la que se desenvuelven estas empresas que son generadoras de grandes beneficios, pero que se encuentran abandonadas a pesar de lo que sea expresado por nuestro gobierno.

CONCLUSIONES GENERALES

El objetivo de esta investigación fue dar a conocer la problemática actual en la que se desenvuelve la microempresa en nuestro país, mostrando su situación presente como sector de empresas para después conocer de forma particular el caso de una microempresa nacional que se desenvuelve en un entorno globalizado y competitivo en materia comercial.

Destaco la labor de fomento a la exportación que realiza el sector microempresarial, tomando como estudio de caso a una microempresa comercializadora que está involucrada en el intercambio comercial de mercancías y que a pesar de pertenecer al primer sector dentro de la estratificación de las empresas en México, lleva a cabo una actividad muy importante que tiene repercusiones directas en la actividad económica de nuestro país, siendo este el segmento empresarial más grande dentro de las estadísticas de empresas registradas y es el que mayor número de empleos genera.

La legislación en materia comercial que rige el intercambio de mercancías es posible ubicarla en dos esferas que son la externa y la interna. En la esfera externa es posible apreciar que a nivel mundial existe un movimiento generado por la globalización que obliga a los países a la apertura de sus fronteras a través de la liberalización comercial. Este movimiento aceptado por muchos países para garantizar ser tomados en cuenta en los movimientos internacionales de integración y gozar de los "beneficios de esta actividad" es el detonante que provoca que al interior las unidades empresariales se enfrenten a nuevas reglas de participación en el área comercial.

En el caso concreto de México es muy claro la existencia y aceptación de esta tendencia, ya que es un país con un gran número de Tratados Comerciales (TLC) y Acuerdos de Complementación Económica (ACE) en vigor, por lo que está relacionado con distintas áreas geográficas del mundo, generando "oportunidades comerciales diversas". Sin embargo, esto ha desestabilizado su estructura empresarial ya que la apertura comercial y las nuevas reglas del juego impuestas por la globalización obligan a las empresas nacionales a trabajar bajo estándares desconocidos en muchos casos y en otros imposibles de alcanzar por la planta productiva nacional, a pesar de la existencia en la presente administración del Programa de Desarrollo Empresarial, que como se pudo apreciar no reporta grandes beneficios, puesto que un número insignificante de empresas son beneficiadas con su existencia.

Conceptos como competitividad, calidad, calidad de exportación, ventaja competitiva entre otros, toman una nueva dimensión y significado para las empresas mexicanas, ya que estos tienen que ser adoptados y puestos en funcionamiento en cada una de las empresas nacionales si quieren participar en los mercados internacionales.

México tiene un problema estructural derivado de políticas industriales aplicadas en un pasado como la Sustitución de Importaciones de los años 70's, en la cual nuestra planta industrial trabajó haciendo uso de tecnología obsoleta y eso frenó el desarrollo de tecnología avanzada para mejorar los procesos de producción nacionales.

La existencia de una planta industrial deficiente incapaz de cubrir las exigencias de la competitividad internacional, ha dejado una base empresarial fragmentada con carencias que lucha por mejorar sus procesos de producción para insertarse en la dinámica comercial internacional.

En nuestro país existe una clasificación empresarial bien definida, que como ya se mencionó establece cuatro categorías que son: Micro, Pequeña, Mediana y Grande; de los cuales es relevante comentar que el 98% de las empresas en México pertenecen a la categoría Micro.

Desde mi óptica personal es importante prestar atención a este sector empresarial, ya que son estas empresas las que generan el mayor número de empleos y con esto contribuyen al movimiento y crecimiento de la actividad económica.

El desarrollo de esta investigación pone de manifiesto la falta de interés existente en el desarrollo de este sector en particular, ya que este presenta una problemática definida e identificada, lo cual no ha sido suficiente para evitar que sea relegada de las oportunidades de desarrollo y financiamiento tanto gubernamental como privado.

Es cierto que una Microempresa no importando el giro al que pertenezca, tiene ciertas características propias de su sector, estructura y forma de operación, que encierra vicios que le impiden identificar sus potencialidades, no obstante es imperante atenderle, puesto que existen empresas de esta categoría que entienden de las nuevas exigencias tanto a nivel empresarial como internacional y que buscan incursionar en la dinámica comercial a nivel mundial.

La empresa analizada en esta investigación demuestra la existencia de una microempresa con todos los elementos para ser considerada como un ente empresarial capaz de realizar actividades comerciales nacionales y a nivel internacional y que dentro de este 98% de Microempresas existentes en nuestro país se encuentra dentro del 2% de empresas exportadoras dentro de este sector.

Los conceptos de calidad y competitividad encierran en su gestión la reestructuración completa de una empresa, para el sector microempresarial la aplicación de los mismos resulta complicada y costosa. Esto puede ser corroborado con la cifra de microempresas exportadoras que es sólo del 2% del total del 98% existentes.

La exportación como se ha podido ver genera un efecto multiplicador de beneficios para la planta empresarial y para la actividad económica, por esto resulta necesario tomar en cuenta a las empresas que realizan esta actividad de fomento de la economía al interior de nuestro país. Además no hay que ignorar que las exportaciones incentivan la productividad y calidad de nuevos polos de desarrollo, poniendo especial énfasis en el uso de capacitación y tecnología para lograrlo. En este orden de ideas hay que tener presente que los indicadores de nuestra capacidad tecnológica y productiva son medidos a través de nuestro nivel de exportación de productos manufacturados y de la contribución que estos realizan al Producto Interno Bruto (PIB).

Dentro del sector microempresarial y aún en empresas Pequeñas y Medianas la exportación parece una actividad poco confiable, en la cual puede haber más pérdidas que ganancias. La concepción de la exportación como una actividad planeada que brinda la oportunidad de traspasar fronteras y de suministrar productos nacionales en otras

regiones se encuentra llena de falsas apreciaciones, por lo que es posible afirmar que existe un desconocimiento total de los beneficios y de las oportunidades que la realización de esta actividad puede brindar a las empresas que la realizan.

En el desarrollo de esta investigación fue posible encontrar empresas Pequeñas y Medianas que no son exportadoras, a pesar de tener productos con calidad de exportación y 100% mexicanos, lo que demuestra que esta visión errónea sobre la exportación es compartida por otros sectores empresariales, por lo que no es exclusiva de la microempresa.

La exportación como venta en un mercado que está fuera de nuestras fronteras representa un temor debido al desconocimiento del mercado ya que las operaciones de exportación a pesar de que si generan ganancias y entradas de divisas deben ser planeadas, controladas y supervisadas aún después de haberlas finalizado y no todas las empresas cuentan con la información necesaria para su realización, así como con el conocimiento operativo de la misma, por lo que es posible afirmar que muchas empresas no están preparadas para incursionar en el mercado externo.

Las empresas son el motor que mueve y hace crecer la economía de los países. En México las microempresas representan un sector que vale la pena atender, ya que como se demostró son el sector mayoritario en la estructura empresarial de nuestro país. Estas tienen características comunes, ya que se desarrollan dentro de un entorno interno y externo común y debido a esto erróneamente se les engloba dentro de una problemática única.

Es ignorado el hecho de que cada una de las empresas existentes en este sector es distinta, individual y con una realidad particular, por lo que el ubicarlas dentro de una problemática general brinda la oportunidad de tener un primer acercamiento a su entorno para identificar los problemas que enfrentan como sector.

Cada microempresa debe ser revisada de forma específica para atender sus particularidades, con la finalidad de hacer una detección de los sus errores y aciertos, para mejorar y explotar sus potencialidades y hacer de ellas empresas más productivas y capaces de generar mayores beneficios dentro de la planta productiva de nuestro país. El conocimiento de cada una de sus características le dará los elementos en los cuales puede basar su autoevaluación y con los resultados obtenidos podrá cambiar sus procesos y formas de operación.

Las microempresas deben ser tomadas con mayor seriedad y no considerarlas como opciones simples de autoempleo, sin una planeación y visión de largo plazo. La percepción común que se tiene sobre las microempresas está basada sólo en apreciaciones que no obedecen a ningún tipo de conocimiento sobre el sector, son percibidas solo como "empresas pasajeras" que carecen de elementos de permanencia y sólo buscan la subsistencia directa e inmediata de quienes están involucrados en la misma. Si la percepción que existe sobre ellas es comúnmente compartida, es lógico que se encuentren fuera de las posibilidades de obtener financiamiento, capacitación y asesoría.

La conceptualización que se tiene sobre la microempresa debe cambiar, es necesario que se les deje de mirar como "simples changarros" que están fuera de la legislación competente y que no cumplen con los requisitos solicitados para ser llamadas empresas.

Continuar percibiendo a las microempresas de la misma manera, es una postura excluyente que les dificulta el camino para su óptimo desenvolvimiento, es necesario reconsiderar antes de generalizar sobre ellas.

De acuerdo a la importancia que tienen en la actividad económica de nuestro país, sería importante que fueran incluidas dentro de los programas de apoyo existentes tanto a nivel gubernamental como particular y hacer extensivo a este numeroso sector empresarial los beneficios de los mismos, puesto que como se mostró, son pocas las empresas que están operando bajo algún programa del gobierno (específicamente en la Secretaría de Economía) y los programas de fomento a las exportaciones existentes, así como los instrumentos de estímulo a la exportación ferias y el Premio Nacional de exportación, no están diseñados para hacer partícipe al sector microempresarial, por lo que el uso de las herramientas que están en el sector público están fuera de su alcance y si se piensa en el sector privado no son ni mínimamente consideradas.

La apertura comercial de nuestro país ha acelerado la forma en la que las empresas se insertan en el intercambio de mercancías a nivel internacional, para el sector microempresarial incursionar en el mismo, ha sido difícil ya que como se ha visto en la actualidad las reglas de esta actividad han cambiado, poniendo de manifiesto las grandes debilidades y deficiencias de la planta productiva nacional, obligándola a modificar de forma total sus procedimientos administrativos, procesos de producción y su forma de incursionar en el mercado exterior.

El flujo de las exportaciones de nuestro país se ha incrementado de forma paulatina en los últimos años, sin embargo como fue posible apreciar este crecimiento o incremento no obedece al desarrollo de la planta productiva nacional, sino al desarrollo de la industria maquiladora de exportación, con lo que las exportaciones de la industria manufacturera presenta movimientos poco considerables en las exportaciones totales de nuestro país. Las ventas de petróleo y sus derivados y las de la industria maquiladora de exportación, son los principales rubros de exportación de nuestro país.

Sobre el destino de nuestras exportaciones no existe una gran variación, ya que como se pudo estimar el intercambio comercial de México se encuentra concentrado en más de un 90% en los Estados Unidos, sin llegar a ser significativo el comercio con Canadá a pesar de estar dentro de la misma región comercial comprendida en el Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN). El resto de las exportaciones mexicanas se encuentran dispersas en distintas regiones, sin reportar cifras que puedan indicar un cambio en la estructura de países destino de las exportaciones nacionales.

El entorno internacional en el que se desenvuelven las empresas nacionales está en cambios constantes, lo que indica que las empresas mexicanas se enfrentan al reto de seguir trabajando dentro de un escenario con reglas cambiantes y con nuevas exigencias que se convierten en obligaciones a cumplir para las mismas si desean continuar operando.

El impacto de estos cambios no ha sido el mismo para las empresas en general, estos repercuten de distinta manera en cada una dependiendo del lugar que ocupen en la clasificación de las empresas en nuestro país. Para la microempresa en particular la apertura comercial es percibida más como una amenaza que como la oportunidad de tener presencia en otros mercados, y esto es lógico ya que las microempresas en conjunto no cuentan con los elementos requeridos para poder competir en los mercados exteriores, la competitividad es asumida como un desafío ya que el no ser una empresa "competitiva" puede poner en riesgo incluso la propia existencia de la empresa.

La desaparición de las empresas en México es una realidad que ha estado presente desde el mismo momento de la apertura comercial impactando fuertemente en el sector de la microempresa, arraigándose con el tiempo y convirtiéndose en un grave problema a superar por este sector.

Las microempresas por lo tanto, deben ser ubicadas dentro de las características compartidas por todas ellas, pero tomando en cuenta en todo momento que tienen elementos individuales a favor de su desarrollo y que es necesario que sean conocidos por las propias empresas para mejorar sus actividades y con esto estar en una mejor situación con respecto a las empresas extranjeras, permitiéndoles tener un entorno más equitativo y uniforme tanto al interior como al exterior con lo que puedan convertirse en empresas competitivas para poder interactuar en el entorno comercial que se vive en la actualidad.

Por tanto, las microempresas son un campo de estudio que debe ser comprendido desde sus cimientos para mejorarlo y explotarlo en beneficio en un primer orden del crecimiento de estas unidades empresariales y que en segundo lugar sean tomadas como un proyecto de desarrollo que reportará enormes beneficios en un mediano y largo plazo al país en general, convirtiéndola en una base empresarial nacional más fuerte para enfrentar los constantes retos del comercio exterior y darles los elementos necesarios para hacer de ellas empresas exportadoras de productos 100% nacionales capaces de competir en el extranjero porque poseen la calidad de exportación y cumplen con cada una de las características requeridas en los productos por los clientes internacionales.

No es posible cuestionar la importante contribución de la microempresa en la generación de empleos, el PIB y en el desarrollo empresarial, dado su número, diversidad y apoyo a otras empresas a través de las cadenas productivas, de ahí que su crecimiento y fortalecimiento tenga un efecto benéfico sobre toda la economía.

Finalizada mi revisión a la empresa analizada en esta investigación, puedo concluir que uno de los factores en los que hay que accionar para mejorar las condiciones de las microempresas, es el del financiamiento.

La falta de acceso al financiamiento le impide ajustar su producción a los requerimientos de la exportación en cantidad, calidad, presentaciones, y especificaciones del producto, sólo por mencionar algunos.

Considero fundamental la creación de programas de apoyo y fomento a la exportación diseñados específicamente para cubrir las necesidades del sector microempresarial.

También es importante que la falta de información sobre los mercados potenciales de exportación, de los requisitos y condiciones de acceso a estos, así como el desconocimiento de las fuentes en donde obtener esta información sean abordados en los programas de apoyo a la exportación para las microempresas y que se les otorguen las herramientas para romper con la falsa percepción sobre la exportación como una venta costosa y complicada de realizar.

Las microempresas deben romper el círculo vicioso que se ha construido en torno al financiamiento bancario creando un adecuado y ágil acceso al mismo, con compromisos factibles de cumplir y con garantías accesibles que ofrecer. Las acciones tomadas en esta materia deben ser dirigidas a las instituciones gubernamentales como a las de la banca comercial atendiendo específicamente el abaratamiento de los costos de sus créditos, la reducción del número de trámites y requisitos que se deben cumplir y adecuar las garantías requeridas a las condiciones de este sector.

También se deben crear planes de capacitación para la microempresa en los cuales se les proporcione el conocimiento necesario en materia administrativa-financiera para que puedan utilizar de una manera adecuada y en las áreas necesarias los recursos obtenidos del financiamiento.

Con la integración de los elementos anteriores será posible cambiar la imagen que se tiene de las microempresas naciones en el exterior, haciendo que de manera estandarizada estas sean colocadas y percibidas como empresas productivas basadas en la aplicación de la calidad, aprovechando al máximo los recursos con los que cada empresa cuenta

Las empresas deben tomar una nueva actitud e iniciar cambios desde su propio funcionamiento a todos los niveles, mediante la introducción de mejoras administrativas, técnicas, productivas y de comercialización, para elevar la calidad de los bienes producidos, aumentando su productividad y elevando su competitividad.

En lo que respecta a las microempresas comercializadoras, considero que el gobierno debe impulsar una apolítica de creación de comercializadoras, dotándolas de los instrumentos necesarios en materia de comercialización internacional. Que estas empresas se dediquen a llevar la oferta exportable de otras empresas, especializándose no en la producción de determinado producto, sino en la exportación del mismo, integrando a las empresas comercializadoras en la cadena de distribución como parte de la última fase de este proceso; por lo tanto, la creación de empresas comercializadoras especializadas en esta actividad puede ser una valiosa contribución para el incremento de las exportaciones de este sector en particular.

Como punto final de mis conclusiones retomaré las hipótesis elaboradas al inicio del presente trabajo, las cuales en algunos casos se confirman y en otros sólo se quedan como aproximaciones de una realidad que fue percibida en un sentido muy corto al inicio de esta investigación.

En primer lugar desecharé la generalización sobre que las microempresas mantienen un constante intercambio de bienes y servicios al exterior. Esto no es verdad ya que como se demostró la mayoría de las microempresas en nuestro país no son exportadoras.

Otro punto que no es acertado es el que las microempresas cuentan con las capacidades y elementos necesarios para realizar ventas de exportación. Este aspecto es particularmente importante, ya que el desarrollo de este trabajo pone de manifiesto que las microempresas, salvo en excepciones como lo es el estudio de caso realizado, tienen en su estructura los componentes requeridos para realizar exportaciones y más aún que consideren a la exportación como una opción de crecimiento.

Uno de los supuestos acertados es que la microempresa sí es un instrumento que promueve e intensifica el comercio internacional y efectivamente crea nuevas corrientes comerciales a nivel interno y externo, aunque este flujo no sea percibido por lo mínimo e insignificante que pueda ser en comparación con las cifras de exportación de las grandes empresas.

Una de las presunciones que no fue acertada es que la microempresa no es un sujeto indispensable dentro de las operaciones de comercio exterior, debido a que después de conocer la problemática de las empresas en México y del sector microempresarial en particular, éstas no figuran en los grandes montos de exportación pues el número de microempresas exportadoras es insignificante en relación con el número de microempresas pertenecientes a este sector.

El supuesto sobre los beneficios que la microempresa genera y de que es un sector clave que incentiva el crecimiento de la economía nacional es verdadero, ya que la realización de las actividades que le son propias producen movimiento en otros sectores productivos, además de que mantiene a su personal dentro de los índices de la Población Económicamente Activa (PEA) de nuestro país, también transfiere al gobierno las aportaciones correspondientes que debe realizar a través de sus obligaciones fiscales como persona moral y en los gravámenes que asume en cada una de las compras que realiza y servicios que solicita.

No es verdadera la hipótesis sobre que la microempresa puede ser tomada como un ejemplo dentro de las empresas nacionales que incursionan en la internacionalización y que logran desarrollarse consolidándose en el mercado interno para convertirse en empresas competitivas capaces de participar en el comercio exterior actual. Ya que como se puede percibir la microempresa tiene ante sí, como primera instancia el reto de superar sus propias limitantes y deficiencias, lo que el incursionar en el mercado externo no figura dentro de sus planes en el corto y mediano plazo, además de que ni siquiera tiene en su haber una estructura básica que pueda funcionarle de soporte para realizar este tipo de actividad.

Se demostró que existen empresas de este sector y actividad, que realizan ventas de índole internacional a pesar de tener en su estructura serias deficiencias, por lo que la existencia de empresas con este ímpetu que operan en estas condiciones, es una realidad que no debe ser ignorada y a la microempresa debe ser considerada como un sector potencial para incentivar el desarrollo de la planta productiva de México, si se le ayuda a disminuir sus carencias y explotar sus capacidades.

BIBLIOGRAFIA

Acosta Rocca, Felipe, *Incoterms términos de compra-venta internacional*, ISEF, México, 2003, 136 pp.

Alavez Tello, Elizabeth, *Guía práctica en la formación de una empresa comercializadora*, Gasca-Sicco, México, 2000, 287 pp.

Arriola, Carlos (comp.), *Los empresarios y la modernización económica de México*, Porrúa, México, 1991, 301 pp.

Baena, Guillermina, *Tesis en 30 días*, Editores Mexicanos Unidos, México, 2000, 100 pp.

Bustamante Morales, Miguel Angel, *Los créditos documentarios en el comercio internacional*, Trillas, México, 2000, 239 pp.

Chacholiades, Miltiades, *Economía Internacional*, McGraw-Hill, México, 1992, 674 pp.

Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, Transparencia, México, 2002, 133 pp.

Coutis, John, *Mercadeo de servicios*, Ventura, México, 1989, 102 pp.

Chamoun-Nicolas, Habib, *Desarrollo de Negocios*, AGATA, México, 236 pp.

Díaz Torres, Manuel, *Manual de Metodología de la Investigación II*, Universidad Anáhuac del Sur, México, 2002, 74 pp.

Dussel Peters, Enrique, *Pensar globalmente y actuar regionalmente: hacia un nuevo paradigma industrial para el siglo XXI*, México, UNAM, 1997, 527 pp.

Guerra-Borges, Alfredo, *La integración de América Latina y El Caribe*, IIEc UNAM, México, 1997, 253 pp.

Hinkelman, G., *Diccionario de comercio internacional*, CECSA, México, 2003, 538 pp.

Incoterms 2000, *Règles officielles ICC pour l'interpretation des terms commerciaux*, International Chamber of Commerce, 1999, 124 pp.

La clave del comercio, Bancomext, México, 2001, 294 pp.

Ley Federal del trabajo, Porrúa, México, 2002, 170 pp.

Leyva García, Eugenio Jaime, *Importaciones y Exportaciones tratamiento jurídico*, ISEF, México, 2003, 280 pp.

Maubert Viveros, Claudio, *Comercio Internacional aspectos operativos, administrativos y financieros*, Trillas, México, 2001, 211 pp.

Minervini, Nicola, *Manual del exportador*, McGraw-Hill, México, 1996, 336 pp.

Monteverde, Agustín A., *Estrategias para la competitividad internacional*, Macchi, Colombia, 1992, 301 pp.

Moreno Moreno, Prudenciano, *Formación de recursos humanos, desarrollo tecnológico y productividad: Situación y alternativas*, Juan Pablos, México, 1997, 281 pp.

Ochoa T., Juan M., *Frontiers of the world towards glogal integration*, EDAMEX, México, 1994, 88 pp.

Ortiz Wadgymar Arturo, *Comercio exterior de México en el Siglo XX*, col. Textos breves de Economía, Porrúa, México, 2001, 69 pp.

_____, *Introducción al comercio y finanzas internacionales de México (Evolución y problemas hacia el año 2000)*, Nuestro Tiempo, México, 1999, 285 pp.

_____, *La economía mexicana al filo del cambio*, Nuestro Tiempo, México, 1998, 227 pp.

Pozas Ricardo y Luna Matilde (comps.), *Las empresas y los empresarios en el México contemporáneo*, Grijalbo, México, 1991, 632 pp.

Practiagenda Aduanal 2002, Tax Editores, México, 2002, 239 pp.

Resolución Miscelánea de Comercio Exterior 2001, Taxx Editores, México, 2001, 192 pp.

Rodríguez Muñoz , Victoria, *Economía: Una introducción*, PAC, México, 101 pp.

Rodríguez Valencia, Joaquín, *Administración de pequeñas y medianas empresas exportadoras*, ECAFSA, México, 2001, 283 pp.

_____, *Organización contable y administrativa de las empresas*, ECAFSA, México, 2000, 134 pp.

Skertchly, Ricardo W. (coord.), *Microempresa, financiamiento y desarrollo: el caso de México*, Porrúa, México, 2000, 314 pp.

HEMEROGRAFIA

Aduanas Customs, Los 100 principales importadores y exportadores de México, Edición especial, Confederación de Agentes Aduanales de la República Mexicana, año 2, número 22, 2003.

Albuquerque, Francisco, "Diseño territorial de las políticas de fomento de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas", en *El mercado de valores*, Nafin, abril, 2002, pp. 12-20.

Arteaga, Virginia, "Atlanta centro logístico del Este" en *Negocios*, Bancomext, año 10, núm. 115, México, Octubre, 2001, pp.36-38

Dabat, Alejandro, "La globalización mundial y las alternativas de desarrollo" en *Nueva Sociedad* No. 132, julio-sept. De 1994. Caracas, Venezuela, pp. 147-155,

Dirección Estratégica, año 2, número 6, junio-agosto 2003.

Expansión, Manufactura, suplemento especial MPYMES para Semana Especial MPYME 2003.

"**Guía práctica para el manejo de cartas de crédito de exportación**", en *Suplemento Negocios*, Bancomext, año 5, número 49, abril, 1996.

González López, Gustavo, "Prender focos rojos en economía mexicana" en *Logística y Comercio Internacional*, año 1, núm.2, enero-febrero 2001, pp. 14-15

González Mier, Víctor, "La nostalgia también se exporta", en *Negocios*, Bancomext, México, año 10, núm. 115, octubre 2001, pp. 18-19.

Hernández, Abigail G., Cristaliza TLC con Uruguay, en *Negocios*, Bancomext, año 12, núm. 141, diciembre 2003, pp. 32-33.

_____, El consumo de la nostalgia, en *Negocios*, Bancomext, año 12, número 138, septiembre 2003, pp. 32-35.

Jean-Paul, David, "Internacionalización de las PYME: Una herramienta de análisis" en *Comercio Exterior*, México, vol. 54, núm. 2, febrero 2004, pp. 152-158.

"**Las exportaciones mexicanas ante la Ley contra el Bioterrorismo**", en *Negocios*, Bancomext, México, año 12, núm. 140, noviembre 2003, pp. 16-18.

"**Las exportaciones mexicanas y el crecimiento de EU**" en *Negocios*, Bancomext, año, 13, núm. 144, marzo 2004, pp. 44-46.

Manuel López, Víctor, "Una clase para atraer clientes", en *Entrepreneur*, abril 2003, pp. 21-24.

"**Micro, pequeña y mediana empresa palanca del desarrollo económico**" en *Logística y Comercio Internacional*, año1, núm.1, diciembre 2000, pp. 14-16

Osuna, Carlos, "La confianza como base de la competitividad de las empresas", en *El mercado de Valores*, Nafin, abril, 2002, pp. 31-36.

Ortiz Wadgymar, Arturo, "La pequeña y mediana industrias ente la apertura comercial y el Tratado de Libre Comercio. Los costos de la desprotección industrial en México 1985-1992", en *Revista Latinoamericana de economía: Problemas del desarrollo*, IIEc, UNAM, México, abril-junio, 1993, pp. 55-74.

Ramo, Mildred, "Una mirada oficial", en *Entrepreneur*, agosto 2003, pp. 86-91.

Rodríguez Zárate, Ignacio, "Y después del colapso...¿qué?", en *Negocios*, Bancomext, año 10, número 115, octubre 2001, p.16.

Secretaría permanente del SELA, "Innovación y desarrollo tecnológico: Factores estratégicos de la industrialización", SELA, Capítulos 41, octubre-diciembre, 1994, pp.35-53.

FUENTES EN INTERNET

Aguado R.J., "*La ventaja competitiva de las Naciones*", en www.avantel.net/~rjaguado/producti.html

_____, "*Productividad a Vuelo de Pájaro*", en www.avantel.net/~rjaguado/venal.html

"**Apoyo a las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas**", en www.contactopyme.gob.mx

Derflingher, Ana Liz, "¡Decídase a exportar!" en www.soyentrepreneur.com, febrero, 2000.

"**Estadísticas de Comercio Exterior: Principales productos exportados e importados**", enero.marzo 2004, en www.bancomext.com

"**Estadísticas, Entidad Federativa y Tamaño de empresa**", en www.inegi.gob.mx

"**Estudio sobre la población hispana en Estados Unidos**", Bancomext, 2002.

Glagovsky, Hugo Esteban, "¡Esto es FODA!", en www.gestiopolis.com

"**Informe Anual 2003**", Banco de México, en www.banxico.gob.mx

Morales, Gerard, "Highlights of the maquiladora Industry", en www.hg.org

Pedraza Rendón, Oscar Hugo, "La micro y pequeña empresa en México y sus estrategias de competitividad", en www.soyentrepreneur.com, noviembre, 2001.

Reyes Adriana, et.al, "Bioterrorismo y exportación", en www.soyentrepreneur.com, mayo, 2004.
www.contactopyme.gob.mx

www.inegi.gob.mx