
UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES CUAUTITLÁN

PLAN DE NEGOCIOS DE EXPORTACIÓN

**“BOLSAS DE PLÁSTICO:
PLAN PARA SU EXPORTACIÓN”**

TRABAJO DE SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:

LICENCIADO EN CONTADURÍA

PRESENTA:

MANUEL CENDÓN TORRES

ASESOR: M.C. ROGELIO MOISÉS SÁNCHEZ ARRASTIO

CUAUTITLÁN IZCALLI, EDO. DE MÉXICO 2006



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

A mi familia

Lo más importante en mi vida y por la cual tienen razón de ser todos mis actos

A mi Universidad

La cual me preparó y forjó, mi entrañable e infinito agradecimiento

A mis Asesor

No lo hubiera logrado sin su apoyo y guía

ÍNDICE

OBJETIVO GENERAL Y PARTICULAR	1
JUSTIFICACIÓN	2
INTRODUCCIÓN	3

CAPÍTULO 1

CONTEXTO DEL COMERCIO EXTERIOR DE MÉXICO

1.1	Importancia del comercio exterior	5
1.2	La globalización	9
1.3	El Comercio exterior en México	16
1.4	Análisis de la Balanza de Pagos de México	17
1.5	Exportaciones mexicanas	20

CAPÍTULO 2

MARCO ADMINISTRATIVO Y JURÍDICO DEL COMERCIO EXTERIOR

2.1	Reglas de origen	29
2.2	Regulaciones arancelarias y no arancelarias	32
2.3	El proceso de la exportación	42
2.4	Documentos y trámites en la exportación	45
2.5	Programas e instituciones de apoyo al comercio exterior	51
2.6	Términos de negociación internacional	56

CAPÍTULO 3

ANÁLISIS ESTRATÉGICO DE LA EMPRESA CON PERFIL EXPORTADOR

3.1	Determinación y características del producto y del mercado	62
3.2	Aspectos del proceso productivo	68
3.3	Evaluación Económica	74
3.4	Marco Contable	79
3.5	Análisis financiero	83
3.6	Análisis de FODAS	91
3.7	Estructura administrativa	93

CAPÍTULO 4

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPORTACIÓN DE BOLSAS DE PLÁSTICO

4.1	Definición de Producto y empresa, su análisis estratégico	94
4.2	Identificación, Selección y Justificación del mercado meta	108
4.3	Canales de comercialización	115
4.4	Determinación del precio de exportación y los Incoterms	118
4.5	Recursos de la mercadotecnia internacional	122
4.6	Documentación y trámites aduaneros del producto	123
4.7	Logística y embalaje	127
4.8	Formas de pago	129

CONCLUSIONES

131

BIBLIOGRAFÍA

133

ANEXOS

134

OBJETIVO

Objetivo general

Conocer los aspectos legales y operativos para elaborar un Plan de Negocios de Exportación de Bolsas de Polietileno a Estados Unidos.

Objetivos particulares

- Identificar el potencial exportador de una empresa mexicana dedicada a la industria del plástico en particular a las bolsas de polietileno.
- Conocer la industria del plástico, sus problemas y ventajas competitivas
- Mostrar los mecanismos de apoyo al exportador

JUSTIFICACIÓN

Hoy en día son pocos los empresarios que, aun reconociendo su necesidad de asistencia en la exportación de productos, están dispuestos y tienen la posibilidad de invertir en los recursos financieros y humanos necesarios para realizar este objetivo. Esto siempre significa caminar cuesta arriba por la peculiar escasez de recursos de las pequeñas empresas.

El éxito de una empresa depende en gran medida de conocer las condiciones de mercado y definir correctamente las necesidades financieras, administrativas, de equipo, de materia prima y de personal.

El presente trabajo de investigación tiene como propósito servir de guía para las empresas micro y pequeña, a fin de que, sin necesidad de recurrir a consultores ni hacer mayores inversiones, comprendan lo fundamental de estas cuestiones y elaboren su plan de negocios de exportación.

INTRODUCCIÓN

Inmersos en una economía sin fronteras, el comercio exterior se presenta en nuestro país como una oportunidad para aumentar y diversificar los mercados, con el objetivo aun no cumplido, de expandir el beneficio económico a todas las regiones. En este trabajo se presenta la explicación sobre la manera de planear, organizar y operar una empresa que cuente con objetivos claros de incursionar en la exportación.

En la primera parte del trabajo se hace una descripción de los conceptos que dan origen a la actividad exportadora, su importancia y relevancia en el mundo actual, así mismo se analiza la posición que guarda México dentro del contexto global y el grado de involucración que a la fecha tiene nuestro país en la materia.

Posteriormente se describe el marco administrativo actual que es necesario para efectuar la actividad exportadora explicando entre otros temas las regulaciones arancelarias, los documentos y trámites de exportación; más adelante se hace mención a los términos de negociación internacional que son requeridos en esta actividad y los programas que ofrece el gobierno para apoyarla.

En la segunda parte del trabajo se plantea un caso real de exportación de bolsas de polietileno a los Estados Unidos elaborando primero un análisis de la situación de la empresa tanto financiera como operativamente con el objetivo de dimensionar el potencial exportador de la misma. Posteriormente en la última parte se efectúa una justificación del producto en términos competitivos así como del mercado meta y el planteamiento de todos los requisitos necesarios para efectuar la exportación del producto partiendo de la logística a utilizar, los documentos y trámites a realizar y los medios de pago aplicables en el caso.

Este trabajo de seminario pretende ser un documento que provea de la información necesaria en las condiciones actuales del país y globales para efectuar la actividad exportadora.

CAPÍTULO 1 CONTEXTO DEL COMERCIO EXTERIOR DE MÉXICO

MARCO DE REFERENCIA

1.1 Importancia del Comercio Internacional

La Economía Internacional es una de las ramas de la ciencia económica más antigua y que ha despertado más interés a lo largo de la historia. El comercio y los medios de pago internacionales fueron estudiados por los griegos, aunque de forma poco profunda. Tras el período medieval y el surgimiento de los Estados Modernos, la economía y el comercio internacional adquieren gran importancia en el pensamiento económico de la sociedad renacentista, constituyéndose en el eje de la doctrina mercantilista.

En una economía cerrada, un país no puede salirse de su Curva de Posibilidades de Producción (CPP); sin embargo mediante el comercio, el consumo fuera de la CPP se hace posible. En realidad, la producción está siempre limitada por la CPP, pero el consumo puede ser mayor debido a las ganancias del intercambio. En otras palabras, el comercio internacional es la forma en que los países pueden quebrar sus limitaciones productivas y alcanzar un punto de consumo e ingreso real más alto. Sin embargo, también es entendido como la suma o el conjunto de relaciones comerciales externas que establecen las naciones a fin de intercambiar los bienes, servicios y capital.

La especialización produce ganancias económicas y permite incrementar al producto total. El comercio internacional abre a los productores nacionales a la competencia externa, reduciendo así su poder de mercado. Por lo tanto, los consumidores nacionales compran productos más baratos, tanto de firmas extranjeras como de productores nacionales a precios que puedan enfrentar la competencia internacional.

El comercio internacional puede hacer rentable la producción de nuevos bienes si la demanda de un bien es muy baja en el mercado nacional como para permitir que ese bien se produzca en condiciones de rentabilidad; pero cuando los mercados externos se vuelven disponibles, la demanda llega a ser suficientemente grande para cubrir los costos medios y se introduce el nuevo producto. Un ejemplo es el Jumbo 747, introducido por la Boeing a principios de los 80as: si no hubiera habido esperanzas de adquisición por parte de las aerolíneas extranjeras, la Boeing no hubiera podido cubrir los enormes costos de diseño y fabricación necesarios para producir ese avión o, al menos, su introducción en el mercado se habría demorado o quizás no se hubiera producido.

Con relación al comercio exterior éste es entendido como una extensión del comercio interior de un país; y éste se define como la actividad económica que consiste en importar y exportar bienes y servicios en el mercado internacional. Así cuando hay economías de escala, el comercio exterior no sólo permite la introducción de nuevos productos, sino también la producción más eficiente de los existentes. Por ejemplo, los productores europeos han sido capaces de fabricar un número mayor de autos a menor costo desde el establecimiento de la Comunidad Económica Europea (al removerse las barreras comerciales, el fabricante de cualquier país (CEE) puede vender libremente a los consumidores de todos los países miembros) de esta región.

La exportación

Si se quiere una respuesta rápida a la pregunta ¿qué es la exportación? la respuesta sería: vender, vender en la concepción más ambiciosa de la mercadotecnia, en el mercado magnífico e insaciable que representa el mundo entero. Vender bienes y servicios elaborados en el país y que se consumen en otro diferente.

Parece simple, pero administrar y vender sus productos, se sabe que implica un esfuerzo permanente de empeño organizado de entrega diaria a una labor que fructifica sólo con la aceptación del producto en el mercado.

“Producir y vender en el mercado propio requiere de este esfuerzo y vender en el mercado externo implica uno mayor, aunado al conocimiento de otras técnicas, procedimientos y métodos aplicables a los actos comerciales internacionales”.¹

Importancia de la exportación

En un nivel macroeconómico la exportación de bienes y servicios resulta positiva para la balanza de cuenta corriente de cualquier país, es una fuente de demanda para la producción doméstica de bienes y multiplica el producto y los ingresos de la economía en general y de los agentes económicos participantes en particular.

En un nivel empresarial existen diversas razones (factores microeconómicos) que explican por qué las exportaciones son siempre positivas.

Permiten diversificar riesgos frente a mercados internos inestables y amortiguar los efectos de problemas macroeconómicos; promueven la operación con economías a escala, de tal forma que se aprovechen mejor las instalaciones existentes y se tenga un nivel de producción que implique menores costos unitarios; son una fuente de crecimiento y consolidación de cualquier empresa si es que los mercados internos son extremadamente competitivos; posibilitan obtener precios más rentables debido a la mayor apreciación del producto y de los ingresos de la población en los mercados a los cuales exporta; alargan el ciclo de vida de un producto; mejoran la programación de la producción; permiten equilibrarse respecto a la entrada de nuevos competidores en el

¹ Bancomext, Guía Básica del Exportador Edit. Bancomext, 9ª. Ed. México, 2000, P. 23

mercado interno y mejoran la imagen en relación con proveedores, bancos y clientes.

La exportación no se circunscribe a un tamaño previamente determinado de empresa, aunque pueden existir algunos bienes y servicios en los que requiera de capitales y la capacidad de coordinar recursos humanos en magnitudes importantes. Existen empresas micro artesanales, pequeñas, medianas y grandes que se dedican a la exportación.

Los elementos prioritarios para poder exportar son: calidad del producto en el mercado de destino, precio competitivo en ese mercado, volumen solicitado por el importador y realizar el servicio posventa, cuando sea necesario. Para lograrlo se requiere de un compromiso con la calidad, ser creativo y actuar con profesionalidad.

La incursión en los mercados internacionales se realiza por tradición en mercados más cercanos, de rápido crecimiento y similares culturalmente, donde la competencia es menos agresiva que en los más grandes.

La exportación es una actividad de mediano y largo plazos que exige una adecuada planeación de los recursos; ésta, sin embargo, no existe cuando la empresa atraviesa por un periodo de crisis. Se debe exportar cuando se tenga la capacidad de diseño, programación, producción, comunicación, empaques, envíos, administración, entre otras, conforme a los requerimientos del mercado internacional.

Los errores más comunes al momento de exportar son: falta de evaluación de la capacidad de internacionalización, no considerar aspectos de las diferencias culturales, falta de investigación acerca del mercado, selección errada del socio comercial, falta de conocimiento de las barreras arancelarias y no arancelarias en los países importadores y en el exportador; no efectuar la investigación de

mercado, registro y monitoreo de la marca, elaboración de contratos sin considerar la legislación y la práctica del país extranjero, extrema diversificación de los mercados, falta de conocimiento de las normas de defensa del consumidor, no contar con una estructura gerencial adecuada para la actividad de exportación y falta de presencia en el mundo.

1.2 La Globalización

Evidentemente cuando se habla de globalización lo primero que se nos viene a la mente es su definición desde una perspectiva económica, sin embargo, a estas alturas nadie puede negar que ha trascendido lo puramente económico y cruza otros aspectos fundamentales de la vida en sociedad, tales como la ideología, la cultura, etc. Desde una perspectiva económica algunos autores plantean la aparición de la economía global en Europa en el siglo XIV, con la aparición de ciudades dedicadas al comercio, que se extendían hacia tierras lejanas. Esta tendencia hacia el comercio globalizado fue la que a su vez generó en el siglo XV las expediciones hacia otros lugares del planeta, sin embargo este intercambio tenía características unilaterales y se daba entre regiones claramente definidas, hoy en día las interacciones globales son generadas por capitales globales que no tienen en cuenta los intereses territoriales, esto ha sido posible gracias a la incorporación de nuevas tecnologías que hicieron que el volumen e intensidad del movimiento de capitales haya aumentado en forma exponencial.

Este flujo desregulado de capitales sin patria se vuelve peligroso, un ejemplo de esto es lo ocurrido en Corea en 1997, o lo que está sucediendo en Rusia con la implantación del modelo neoliberal que ha provocado niveles de pobreza de tal magnitud donde millones de personas no alcanzan a cubrir sus necesidades básicas.

Esta percepción de perversidad del modelo económico global es reforzada por Guimaraes quien afirma que “la sociedad global se ve enfrentada, no a una nueva crisis de las tantas que la han caracterizado, sino que al agotamiento de un estilo de desarrollo que se ha revelado ecológicamente depredador, socialmente perverso y políticamente injusto, tanto nacional como internacionalmente”²

Globalización desde una perspectiva ideológica

La idea de un mundo globalizado “*per se*” no es perversa, es más pudiésemos decir que es un ideal planetario (respetando las diferencias), el problema es el trasfondo ideológico del proceso que estamos viviendo, la globalización actualmente se funda en bases neoliberales que significan la reproducción a escala mundial de las diferencias que caracteriza a este modelo económico, es decir, genera la concentración de riquezas en aquellos que son dueños del capital los que ahora además no tienen patria, por lo tanto no beneficia a naciones sino a determinado grupos oligarcas con trascendencia planetaria.³

La base neoliberal contiene las ideas liberales clásicas de los siglos XVIII y XIX, tales como la importancia del individuo, el papel limitado del Estado y el valor del mercado libre.

Ese enfoque afirma que si los individuos pueden libremente perseguir sus propios intereses, las consecuencias colectivas serán mucho más beneficiosas que la acción gubernamental. Esta proposición constituye, por lo demás, el fundamento del llamado individualismo metodológico, que es desde un punto de vista teórico el corazón mismo de la teoría liberal.

² Guimaraes, México 1991

³ <http://www.rcci.net/globalización/fg016.htm>

En síntesis y desde una perspectiva moderna, el neoliberalismo puede ser definido como la creencia en que la intervención gubernamental usualmente no funciona y que el mercado usualmente sí lo hace.

El peligro que encierra el reconocer esta base ideológica como única y sin contraposición está en aceptar que no es posible lograr una sociedad más justa y que para que algunos accedan a los beneficios del desarrollo se hace necesario que otros vivan para siempre en condiciones de miseria y extrema pobreza.

La transnacionalización de la economía ha significado la generación de empresas a nivel mundial que controlan la producción y el mercado, o comercio, el peligro está dado por el poder que tienen estas empresas, prueba de ello es que el capital transnacional ha sido capaz de generar acuerdos multilaterales en el marco de la Organización Mundial de Comercio (OMC), uno de ellos es el Acuerdo multilateral de Inversiones (AMI) que consiste en permitir a las transnacionales no sólo entrar y salir de los países con sus capitales, sino que crea un Tribunal Internacional con facultades para sancionar a los gobiernos que según las transnacionales no cumplan con el tratado. Esto demuestra el poder de control del capital privado por sobre los Estados el que ha alcanzado niveles tan graves que permite a aquellos que son dueños del capital transnacional tener un poder mayor que aquellos que cada país soberano ha elegido para que sean sus gobernantes. Lo anterior nos lleva a formular las siguientes preguntas:

- ¿Los Beneficios de la inversión son para los países desarrollados o subdesarrollados?

Pudiésemos pensar que la globalización beneficia a aquellos países que han alcanzado altos niveles de desarrollo, por ejemplo, si ponemos el caso del Tratado de Libre Comercio de América del Norte ¿a quién beneficia la rebaja de

aranceles, a Estados Unidos o a México?, a ninguno de los dos países ya que en ambos pierden los más pobres y sólo ganan los empresarios dueños de los capitales, lo que se quiere demostrar aquí es que la globalización económica sólo beneficia al 20% de la población mundial que tienen en sus manos el control de la economía planetaria, como se menciona anteriormente la globalización no conlleva a beneficios territoriales, sino al capital sin importar su nacionalidad.

- ¿Cada sociedad aporta a la construcción de una sociedad globalizada?;
¿Aporta tanto el norte como el sur?

Esto no es así, el norte concentra un mayor poder político y económico a nivel mundial, además el manejo de las tecnologías comunicacionales está mucho más desarrollada que el de los países del sur, por tanto evidentemente impone su cultura al resto de las regiones más pobres del planeta, no en vano el lenguaje de los negocios es el inglés y no el español.

Desde el norte se imponen modelos económicos, sociales, culturales y políticos cuya adopción está condicionada además por la posibilidad de acceder a ser parte de la economía globalizada y sus beneficios, los que como vimos anteriormente no son tantos.

- ¿Es la globalización un proceso natural e irreversible?

Este es un proceso consciente muy bien planificado y como se menciona anteriormente con claro sustento ideológico que tuvo como fin abrir nuevos mercados a las empresas transnacionales y consolidar el capitalismo a nivel mundial.

- Los países subdesarrollados y las exportaciones

La noción de subdesarrollo económico o de desarrollo económico insuficiente es bastante imprecisa, pese a su utilización constante. Se puede decir, sin embargo, que se suele calificar de “subdesarrollados” o “en vías de desarrollo” a aquellos países que poseen una estructura económica dual, además de que sus habitantes tienen un nivel bastante socio económico bastante bajo. Aunque las causas y formas del desarrollo son variables, existe cierto número de rasgos generales: 1) mediocridad de la situación demográfica, es decir, esperanza de vida limitada (alta mortalidad general y fuerte mortalidad infantil) debido esencialmente a carencias alimenticias o sanitarias; 2) predominio decisivo del sector primario en la estructura económica, pero con rendimientos muy bajos; 3) bienes de equipo insuficientes a causa de la grave escasez de materiales, de tal manera que cuando existe una industria minera, apenas se sobrepasa la fase de extracción; 4) existencia de un subempleo crónico; 5) baja renta per cápita; índice de la mala situación económica; 6) carencia o escasez de bienes colectivos, 7) desintegración de los sectores o ramas económicas.

El primer sector de esta estructura dualista suele ser la agricultura, como técnicas arcaicas o ineficaces, que se beneficia muy poco de los adelantos conseguidos en el segundo sector. De este último, algunas ramas industriales están dirigidas generalmente hacia la exportación y se vinculan con el comercio internacional y emplea técnicas y procesos de alta productividad. Además, los ingresos obtenidos por el mismo no se suelen redistribuir en el país y no contribuyen, por lo tanto, al desarrollo del sector primario tradicional. Esta desarticulación de la economía conduce a una especialización excesiva de la población y a una dependencia cada vez mayor de los precios internacionales de las materias primas.

- Condiciones Actuales

En el contexto actual, todos los países tienen la necesidad de relacionarse unos con otros, son interdependientes en una economía global en la que ninguna

nación puede proclamarse como la dominante, puesto que no hay economías autosuficientes. En la actualidad, lo que pasa en cualquier lugar del mundo, afecta al resto de las economías del Planeta. Tal es la razón de que se estén formando bloques económicos y suscribiéndose tratados de libre comercio. Vivimos en una economía en la que las ventajas relativas del pasado se están anulando y tienden a igualarse como resultado de la apertura comercial, es decir, los países han abierto sus fronteras, al tiempo que reducen sus aranceles de importación. Las economías de todas las naciones crecen de manera independiente, lo cual genera nuevos retos y mejores oportunidades.

En el marco de la apertura comercial en México y de la globalización de los mercados, las empresas mexicanas han tenido que hacer frente a un entorno mundial de intensa competencia y a los diversos obstáculos que cada país impone a la importación de mercancías para proteger a su industria.

Por ello, México ha visto la necesidad de entablar negociaciones comerciales con aquellos países que, por su cercanía, son mercados naturales para los productos mexicanos. Así se han suscrito diversos acuerdos y tratados comerciales, mismos que han permitido al país:

- . Ampliar sus mercados potenciales más allá de sus fronteras
- . Que sus productos compitan en igualdad de condiciones con los de las empresas de los países respectivos.
- . Tener acceso preferencial a los mercados de los países socios

En una economía cerrada, el consumidor no tiene posibilidades de elección en materia de precio y calidad. En contraste, las múltiples opciones que brinda un mercado abierto y la competencia que ésta genera favorecen al consumidor final

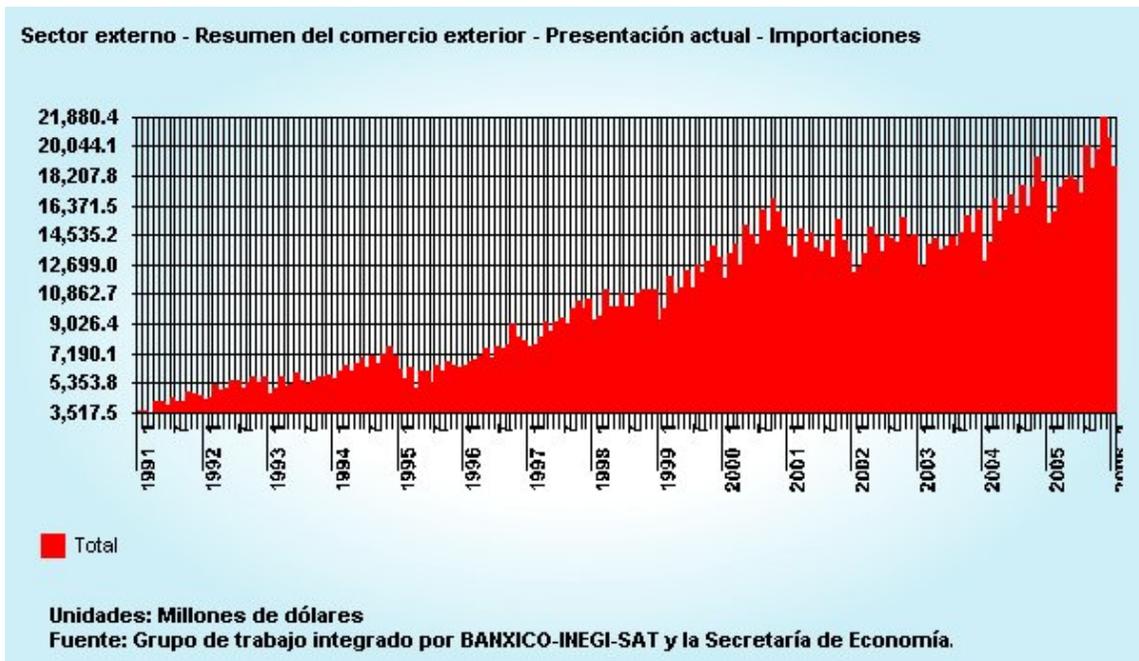
porque cuenta con un mayor número de satisfactores de diversa índole, los cuales pueden ajustarse a cualquier tipo de necesidad y de presupuesto.⁴

- Estadísticas de una economía globalizada, ejemplo: México ⁵



⁴ Ibidem. Pag. 24

⁵ Fuente:SE con datos de Banco de México.



En los últimos años, en México, la Globalización ha tenido uno de sus mejores campos de experimentación ya que pasó de tener una economía semi-cerrada en los años 70's y 80's, a una apertura de sus fronteras casi total con un número importante de países, A continuación se presentan estadísticas sobre la balanza comercial la cual muestra el impacto en la economía de nuestro país.

Como se puede apreciar el comercio total ha presentado en los últimos años incrementos considerables esto como consecuencia de los tratados de libre comercio, principalmente con Estados Unidos y Canadá.

1.3 El Comercio exterior en México

México inició su apertura comercial a partir de que entró al Acuerdo General sobre Aranceles y Comercio (GATT) en 1986, éste ayudó a México a eliminar obstáculos del comercio, se hicieron relaciones económicas y comerciales, que tienden a elevar los niveles de ingreso, empleo y producción.

El acuerdo operó desde 1948, reemplazando el 1º de enero de 1995 por la Organización Mundial de Comercio (OMC) constituyéndose como la base institucional y jurídica que regula al sistema multilateral de comercio. De ella dimanan las principales obligaciones contractuales que determinarán la manera en que los gobiernos configuran y aplican las leyes y reglamentos comerciales nacionales. Asimismo constituye la plataforma a partir de la cual se desarrollan las relaciones comerciales y la firma de los tratados y acuerdos de Libre Comercio entre los distintos países.

El comercio exterior de México en las dos últimas décadas se ha incrementado en forma importante, pasando a ser la piedra angular de la economía nacional y propiciando un gran crecimiento del sector industrial, comercial y de servicios, quedando a la par de la fuerte dependencia petrolera.

La globalización de los mercados, la integración de la economía internacional, la diversidad de transacciones, las inversiones de inercia y las alianzas son algunos de los factores que explican la profunda transformación experimentada en los mercados nacionales. Es por ello que nuestro comercio exterior no es una expectativa más, sino una realidad en nuestro país habiendo obtenido resultados favorables que han marcado un camino firme y lleno de retos para quien participa hoy en día en el comercio exterior de México.

1.4 Análisis de la Balanza de Pagos de México

El conjunto de las relaciones económicas de un país con el extranjero figura en la balanza de pagos, documento contable que ordena, controla y cuantifica en valores económicos todas las transacciones comerciales realizadas durante un periodo dado (generalmente un año) entre la nación considerada y el exterior. El documento se establece según el sistema de partida doble, es decir, que las transacciones que dan origen a un beneficio para el extranjero se escriben en el debe y los derechos de pago del país sobre el exterior en el haber. Hay que

tener en cuenta que un país puede perfectamente efectuar pagos en el extranjero que sobrepasen sus ingresos de la misma procedencia utilizando créditos disponibles (si los hay), exportando oro o pidiendo algún préstamo. La balanza de pagos se divide en balanza de pagos por cuenta corriente y balanza de movimientos de capital.⁶

En otras palabras, si se tratara de sus cuentas personales, usando el mismo método, su participación en la economía lo calcularía sumando sus ingresos (sus ventas) más sus gastos (sus compras), incluyendo en sus compras las acciones, bonos, que haya hecho en el período. Su participación resultará, curiosamente, igual al doble de sus ingresos. La balanza de pagos es la suma algebraica de los valores por los conceptos de las importaciones y las exportaciones de bienes y servicios, incluyendo en ellas los flujos de capital, negativos y positivos. Las cifras se presentan en el cuadro No. 2 siguiente:

A continuación presentamos la balanza de pagos de 2003 al 2005 donde se muestra el comportamiento del comercio exterior de México en los últimos tres años.

(Millones de dólares) Concepto	2003	2004	2005
Cuenta Corriente	-8 621.0	-7 179.6	-5 708.3
Ingresos	195 136.4	224 175.7	254 702.1
Exportación de mercancías ^a	164 766.4	187 998.5	213 711.2
Servicios no factoriales	12 532.9	13 912.7	15 577.7
Servicios factoriales	3 941.8	5 140.8	4 872.5
Transferencias	13 895.3	17 123.7	20 540.7
Egresos	203 757.4	231 355.3	260 410.4
Importación de mercancías ^a	170 545.8	196 809.6	221 269.8
Servicios no factoriales	17 133.7	18 561.9	20 809.1
Servicios factoriales	16 040.8	15 903.7	18 275.0
Transferencias	37.1	80.0	56.6
Cuenta de capital	19 323.9	13 706.2	13 826.0

⁶ Larousse, Enciclopedia metódica, pag 1093

Pasivos	12 390.4	19 543.6	24 789.7
Por prestamos y depósitos	-4 419.4	-4 643.2	-3 203.7
Inversión extranjera	16 809.8	24 186.8	27 993.4
Inversión directa ^p	12 945.9	18 244.4	17 804.6
Inversión de cartera	3 863.9	5 942.4	10 188.8
Activos	6 933.5	-5 837.4	-10 963.7
Errores y omisiones	-1 265.2	-2 468.5	-953.3
Variación de la reserva internacional neta	9 450.9	4 061.4	7 172.6
Ajustes por valoración	-13.2	-3.2	-8.2

Fuente: Banco de México. Dirección General de Investigación Económica

Como se aprecia, la balanza de pagos muestra durante este período saldos deficitarios causados por el aumento en las importaciones, esto sólo se puede revertir fomentando las exportaciones que de preferencia no provengan de la industria maquiladora ya que ésta sólo genera exportaciones artificiales al adquirir sus materias primas, en su mayoría del mercado externo para luego exportarlas.

Pagos por cuenta corriente

Esta balanza se divide en dos: de comercio y de servicios y refleja las importaciones y exportaciones de mercancías (excluidas las mercancías en tránsito y exportaciones de mercancías (excluidas las mercancías en tránsito y las reexportaciones) y que se establece tradicionalmente a partir de las estadísticas aduaneras, en las cuales las importaciones son evaluadas CSF (costo seguro y flete) y las exportaciones FOB (franco a bordo). Están también integradas en la balanza por cuenta corriente la balanza de servicios llamada también visibles, que reúne los gastos efectuados por los turistas, los transportes, los seguros y otros diversos servicios, y la balanza de rentas procedentes de los capitales nacionales invertidos en el extranjero y en el pasivo, los intereses pagados al extranjero por las inversiones realizadas en el país.

Estados que presenta la Balanza

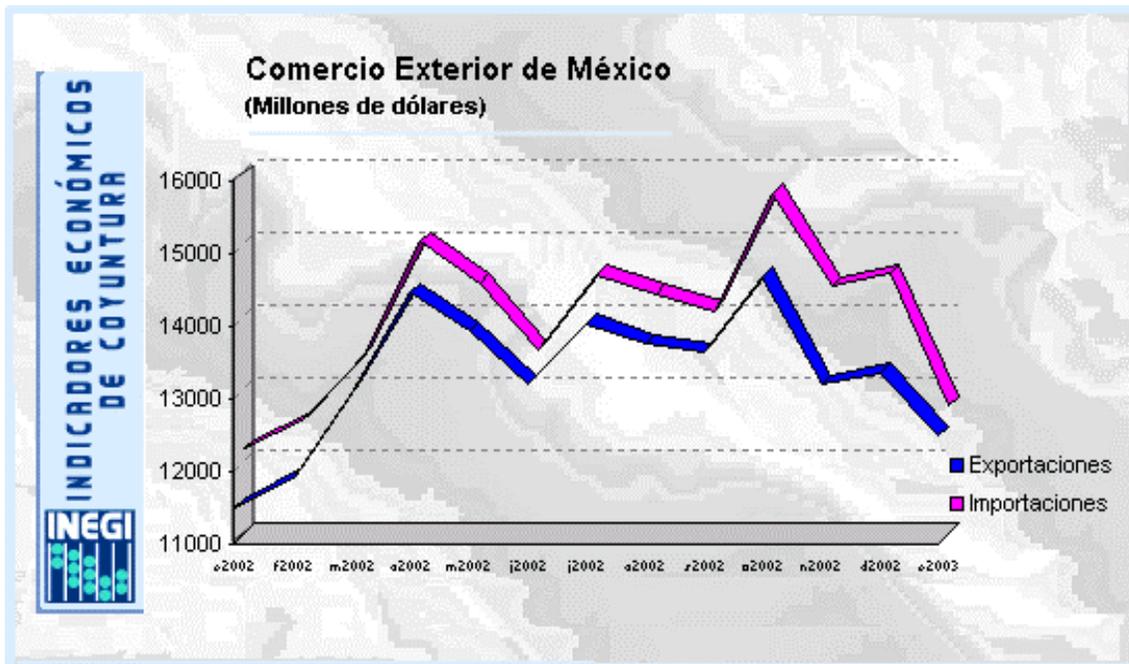
Los diferentes capítulos de la balanza de pagos por lo general no se equilibran independientemente. El saldo de la balanza de cuenta corriente, por ejemplo sea ésta superavitaria deficitaria, queda compensado por un saldo inverso en las operaciones de capital. Es normal que los países con una balanza de rentas superavitaria tengan una balanza comercial (balanza de mercancías) deficitaria.

La compensación del déficit de una balanza de pagos por cuenta corriente puede realizarse mediante el envío de oro al acreedor, la liquidación por el deudor de sus haberes en un país tercero con la transferencia correspondiente al acreedor, la simple liquidación de los haberes en éste último país, la apertura por el acreedor, la simple liquidación de los haberes en éste último país, la apertura por el acreedor de un crédito en moneda nacional al deudor y el mantenimiento por aquél de haberes líquidos en su moneda depositados en bancos privados de éste.

1.5 Exportaciones mexicanas

Como puede observarse en la siguiente gráfica, las exportaciones mexicanas se han incrementado y esto se debe a la apertura de fronteras principalmente a raíz del Tratado de Libre Comercio con Estados Unidos y Canadá, sin embargo aunque esto pareciera ser excelente para la economía mexicana también se tiene que considerar que las importaciones han tenido un comportamiento ascendente por lo que el beneficio se tiene que atenuar. En ese sentido, la exportaciones generan empleos que transforman la condición y vida económica de las personas en la medida que esos empleos tengan valor y no solo generen empleados de salario mínimo como ha estado ocurriendo en las empresas maquiladoras.

Cuadro No.3 Resumen de exportaciones e importaciones Mexicanas ⁷



Cuadro No. 4 Producción (valor y volumen) Bolsas de Plástico



⁷ Fuente: www.inegi.gob.mx

CAPÍTULO 2

MARCO ADMINISTRATIVO Y JURÍDICO AL QUE SE INTEGRA LA EMPRESA

Tratados Internacionales

Las negociaciones comerciales internacionales de México son fundamentales en la promoción de las exportaciones y constituyen un instrumento importante en la estrategia de crecimiento y modernización del país.

Con el objeto de ampliar y diversificar los mercados de exportación, México tiene en vigor tratados de libre comercio con Estados Unidos y Canadá; Colombia y Venezuela; Costa Rica; Bolivia; Nicaragua; Chile; Unión Europea e Israel. Asimismo, el 29 de junio de 2000 se suscribió un tratado con el El Salvador, Guatemala y Honduras, una vez ratificados por los congresos de cada país se espera que entren en vigor.

Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN)

El 1º de enero de 1994 entró en vigor el Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN), entre México, Estados Unidos y Canadá quedando libres de aranceles en esa fecha, 79.9% de las exportaciones mexicanas a Estados Unidos. En 1999 se eliminó un 12.5% adicional y otro 6.3% a partir del año 2004. Desde el año 2008 la totalidad de las exportaciones mexicanas estarán exentas de arancel.

El TLCAN es un conjunto de reglas para fomentar el intercambio comercial y los flujos de inversión entre los tres países, mediante la eliminación paulatina de los aranceles o impuestos que pagan los productos para entrar a otro país; el

establecimiento de normas que deben ser respetadas por los productores y los mecanismos para resolver las diferencias que puedan surgir.

El TLCAN busca integrar una región en donde el comercio de bienes y servicios y las corrientes de inversión sea más intenso, expedito y ordenado para beneficio de los consumidores e inversionistas de la región.

En lo relativo a las exportaciones mexicanas a Canadá, el proceso de desgravación inmediata es de 78.3% a partir del primero de enero de 1994; 8.5% en 1999; 13.2% en el 2004, y 1.9% en el año 2008.

Tratado de Libre Comercio entre México y Bolivia

El Tratado de Libre Comercio entre México y Bolivia entró en vigor el 1º de enero de 1995.

Con el Tratado se forma una zona de libre comercio de aproximadamente 100 millones de habitantes. En él, se establecen reglas claras y transparentes de beneficio mutuo en materia de comercio e inversión. El Tratado ofrece certidumbre a los sectores económicos, permitirá promover el comercio de bienes y servicios en condiciones de competencia leal y facilitará los flujos de inversión entre ambos países.

Se prevé la posibilidad de que cualquier país o grupo de países puedan incorporarse al Tratado.

Este tratado establece una rápida apertura en el comercio de bienes. A partir de su entrada en vigor, quedaron exentas de arancel el 97% de las exportaciones mexicanas a ese país y el 99% de las exportaciones bolivianas a México.

El Tratado representa oportunidades para aumentar y diversificar la producción, generar economías de escala, alianzas comerciales y de inversión, mayor

competitividad, crecimiento y más empleos productivos y bien remunerados para un mayor bienestar de los mexicanos.

Se regulan los programas de devolución de aranceles, permitiendo a los productores de ambos países utilizar insumos de terceros en bienes de exportación, siempre y cuando no se afecten los intereses del otro país.

El plazo máximo de desgravación es 12 años, partiendo de un arancel máximo de 10%.

Tratado de Libre Comercio entre México y Chile

El Tratado de Libre Comercio entre México y Chile entró en vigor el 1º de agosto de 1999.

Su objetivo es contribuir al desarrollo armónico, a la expansión del comercio mundial y a la ampliación de la cooperación internacional, creando un mercado más extenso y seguro para los bienes producidos y los servicios suministrados en sus territorios.

Fomentar la participación dinámica de los distintos agentes económicos, en particular del sector privado en los esfuerzos orientados a profundizar las relaciones económicas entre las partes y a desarrollar y potenciar al máximo las posibilidades de su presencia conjunta en los mercados internacionales.

Tratado de Libre Comercio entre México y Costa Rica

El Tratado de Libre Comercio entre México y Costa Rica entró en vigor el 1º de agosto de 1995.

El Tratado con Costa Rica establece normas transparentes, promueve el comercio de bienes y servicios, facilita el desarrollo de inversiones y atiende las relaciones con una región estratégica para México, reconociendo los sectores sensibles de cada país.

El calendario de desgravación pactado en este tratado establece que el 70% de las exportaciones mexicanas no agropecuarias a Costa Rica quedaron exentas de aranceles a partir de su entrada en vigor; 20% concluirá su desgravación el 1º de enero de 1999; y el 10% restante el 1º de enero del año 2004.

Tratado de Libre Comercio del Grupo de los Tres

El Tratado de Libre Comercio del Grupo de los Tres, integrado por México, Colombia y Venezuela, se firmó en junio de 1994 y entró en vigor el 1º de enero de 1995.

Con el tratado del G-3 se formó una zona de libre comercio entre México, Colombia y Venezuela de 145 millones de habitantes. Este Tratado incluye una importante apertura de mercados para los bienes y servicios mexicanos y establece reglas claras y transparentes en materia de comercio e inversión, otorgando certidumbre a los agentes económicos. Además, se permite la adhesión a terceros países de América Latina y el Caribe.

El G-3 representa oportunidades para aumentar y diversificar las exportaciones y producción, generar empleos productivos y bien remunerados, economías de escala vía alianzas comerciales y de inversión, mayor competitividad y crecimiento que se traducen en un mayor bienestar.

Esquema general de eliminación arancelaria gradual a 10 años.

Con Colombia habrá liberación inmediata para el 40% del comercio bilateral con México y desgravación a cinco años para otro 5%, a través del acuerdo de eliminación expedita de aranceles para productos negociados en ALDI.

Se reconocen las preferencias negociadas con anterioridad en el marco de la ALADI, para fijar los aranceles de partida en la desgravación.

Existe la posibilidad de acelerar el proceso de desgravación. Se prohíbe elevar y adoptar nuevos aranceles.

Se prohíbe y se eliminan las barreras no arancelarias, con excepción de los bienes usados, del petróleo y de los petrolíferos.

Tratado de Libre Comercio entre México y Nicaragua

El Tratado de Libre Comercio entre México y Nicaragua entró en vigor en julio de 1998.

Contribuye al desarrollo armónico, a la expansión del comercio mundial y a la ampliación de la cooperación internacional, creando un mercado más extensa y seguro para los bienes producidos y los servicios suministro en sus territorios.

Fomentar la participación dinámica de los distintos agentes económicos, en particular del sector privado, en los esfuerzos orientados a profundizar las relaciones económicas entre las partes y a desarrollar y potenciar al máximo las posibilidades de su presencia conjunta en los mercados internacionales.

Tratado de Libre Comercio México – Guatemala, Honduras y El Salvador

Tratado de Libre Comercio México – Triángulo del Norte (TLCTNM) constituye un gran avance en la estrategia de política de negociaciones comerciales internacionales de México, la cual busca ampliar, diversificar y mejorar el acceso de los productos nacionales a los mercados externos, permite obtener reciprocidad a nuestro proceso de liberación comercial, reduce la vulnerabilidad de nuestros exportadores ante medidas unilaterales por parte de nuestros socios comerciales y fomenta los flujos de inversión extranjera directa hacia México.

Se logró un acuerdo moderno, ambicioso, integral y completo, que abre nuevas y mejores oportunidades para el incremento de las exportaciones, la mayor disponibilidad de insumos y servicios para la industria nacional, así como la atracción de nuevas inversiones y creación de alianzas estratégicas entre empresas; fomentando así el crecimiento económico, el incremento en productividad y competitividad de nuestros productos, el desarrollo industrial y regional y la creación de más empleos.

Los países que integran el Triángulo del Norte representan un mercado potencial de 23 millones de personas.

Los países del Triángulo del Norte son el principal mercado de México en América Latina, representan el 25% de las exportaciones a la región latinoamericana.

Este tratado tendrá un gran impacto económico regional, principalmente en el estado de Chiapas, por su localización geográfica y por ser el vecino más cercano de estos tres países tendrá un aumento muy importante en comercio, producción y en el sector servicios.

Este tratado entró en vigor el 1º de enero del 2001.

Tratado de Libre Comercio México – Israel

México decidió negociar un TLC con Israel por cuatro razones principales. En primer lugar, a pesar de poseer una población de sólo 7 millones de personas, el tamaño del mercado de Israel es importante, como se refleja en el monto de sus importaciones totales (29.1 millones de dólares en 1998) y en el producto por habitante (alrededor de 17 mil dólares anuales en 1998).

En segundo lugar, el comercio de México e Israel es complementario. Por un lado, México vende al mercado de Israel, además de petróleo, alimentos y manufacturas (equipo eléctrico y electrónico, productos de madera y algunos textiles). Por otro lado, Israel vende a México algunos bienes que reflejan su importante desarrollo tecnológico; tal es el caso de maquinaria agrícola, semillas, herbicidas y fertilizantes, así como productos farmacéuticos y algunas partes de aparatos electrónicos.

En tercero, un TLC con Israel fomentará mayores flujos de comercio e inversión no solo con ese país, sino con otros socios comerciales comunes. Los dos principales socios comerciales de Israel en 1998 fueron la Unión Europea y Estados Unidos, con los que tiene firmados acuerdos de libre comercio; además, Israel también negoció un TLC con Canadá.

Finalmente, México está interesado en atraer inversión extranjera directa de Israel, en particular de aquellos sectores donde éste ha logrado un mayor desarrollo tecnológico.

Las negociaciones formales comenzaron en abril de 1998.

Tratado de Libre Comercio entre México y la Unión Europea

El 24 de noviembre de 1999, concluyeron las reuniones que dieron lugar al Tratado de Libre Comercio establecido entre México y la Unión Europea, con fecha de entrada en vigor el 1º de julio del 2000. Con este acuerdo México logra colocarse en el mercado mundial con una posición que demuestra que además de asumir los lineamientos de la promoción del mercado libre y multilateral, continúa con fuerza introduciéndose a la práctica del regionalismo, mediante acuerdos de libre comercio, los que en este caso, dejan de suscribirse sólo en el ámbito continental.

En cuanto al acceso a mercados, se negoció un programa de desgravación gradual que reconoce asimetrías, la desgravación arancelaria europea terminará en el 2003, mientras que la mexicana concluirá en el 2007.

2.1 Reglas de Origen

Las reglas de origen se utilizan para determinar aquellos productos que son susceptibles de recibir el trato arancelario negociado en un tratado comercial (ejemplo: TLC).

En principio, los productos serán considerados originarios de la región cuando se produzcan en su totalidad en los países miembros del acuerdo comercial.

Sin embargo, aquellos productos que contengan materiales que no provengan de la región también podrían ser considerados originarios, siempre y cuando estos materiales sean transformados en cualquier país socio y esta transformación sea suficiente para modificar su clasificación arancelaria (salto tarifario).

“Para definir si se esta cumpliendo con las reglas de origen, se establece como ejemplo el TLCAN mismo que establece 3 criterios que determinan el origen de un bien:

- a) El bien es obtenido en su totalidad o producido enteramente en territorio de una o más de las partes.
- b) Cada uno de los materiales no originarios que se utilicen en la producción del bien sufra cuando menos un cambio de clasificación arancelaria.
- c) El tercer criterio está determinado en función de la estructura de costos y se determina a través de la transacción. Dependiendo del producto de que se trate deberá aplicarse uno u otro método”⁸.

Con el fin de determinar si una mercancía es originaria de un país o región, es necesario calcular el valor de contenido regional para la cual existen dos métodos: el de valor de transacción y el de costo neto, que son aplicados en las aduanas de los países.

Sí se utiliza el método de valor de transacción, el contenido regional no deberá ser inferior al 60%. Si se emplea el método del costo neto, el contenido regional no deberá ser inferior al 50%. El método de valor de transacción se basa en el precio pagado o pagadero por un bien y el del costo neto sustrae del costo total, regalías, empaques, entre otros.

Adicionalmente se establece que un bien será considerado de la región si el valor de todos los materiales no originarios utilizados en la producción del bien que sufran un cambio de clasificación arancelaria, no excede del 7% del valor de transacción del bien, o si el valor de transacción no es admisible como método de valoración, el valor de los materiales no originarios no excede del 7% del costo total del bien.

⁸ Witaker Jorge. “La nueva valoración aduanera y el TLC”. Edit. Mc Graw Hill. México 1992. P166

A fin de facilitar el comercio de los bienes de la región y otorgar un trato preferencial a los productos que cumplan con la regla de origen, se estableció un conjunto de procedimientos de carácter administrativo en materia aduanera.

De esta forma se requerirá de un certificado de origen firmado por el exportador en el que se confirmará que un bien exportado califica como originario. Este certificado podrá amparar una o varias exportaciones de bienes idénticos, que se realicen en un plazo máximo de un año.

Asimismo, se establecen procedimientos uniformes para que las autoridades aduaneras puedan verificar el origen de un bien, los cuales van desde el envío de cuestionarios a los exportadores productores, hasta visitas de verificación a las instalaciones de los mismos, quienes deberán otorgar su consentimiento por escrito en un plazo máximo de 30 días. En caso contrario, la parte que solicita la verificación podrá negar el trato arancelario preferencial al bien objeto de verificación.

Dentro del TLCAN las reglas se formularon para asegurar que las ventajas solo se otorguen a bienes producidos en la región, así como para obtener resultados previsibles y reducir los obstáculos administrativos para los exportadores, importadores y productores que realicen actividades comerciales dentro del marco del tratado.

Ahora bien la forma en que un exportador demuestra que su producto es originario de una región es con el certificado de origen.

Certificado de origen

“Es un formato oficial mediante el cual el exportador de un bien o una autoridad certifica que éste es originario de la región por haber cumplido con las reglas de origen establecidas”⁹

Este documento se exige al país de destino con objeto de determinar el origen de las mercancías a fin de obtener los beneficios arancelarios negociados en un TLC, u otros para determinar la aplicación o no de cuotas compensatorias.

Un certificado de origen es un documento emitido por una entidad o persona autorizada con base en los acuerdos internacionales suscritos por México para su aplicación. Estos certificados en nuestro país los puede emitir la Secretaría de Economía (SE) o las Cámaras Empresariales.

Cabe señalar que el certificado de origen no será requerido en la importación comercial de un bien cuyo valor no exceda de 1,000 dls. aunque sí se podrá exigir que en la factura se certifique el origen de la mercancía.

Ver formato ejemplo en la sección de Anexos

2.2 Regulaciones arancelarias y no arancelarias

2.2.1 Regulaciones Arancelarias

Cualquier persona interesada en iniciarse en la exportación debe tener en cuenta que dentro de los elementos básicos en este tema se encuentra la clasificación arancelaria que corresponde al producto específico que desea

⁹ Bancomext “Tips de exportación. Revista Negocios Internacionales”. México Octubre, 1999. P.31

exportar. La fracción arancelaria es parte de la información fundamental que se incluye en los documentos de exportación y de los datos revisados por las aduanas.

Arancel

Los países otorgan diversos tratamientos arancelarios en función del origen de las mercancías que llegan a sus aduanas. El arancel es un impuesto que se aplica en el comercio exterior para agregar valor al precio de las mercancías en el mercado receptor. Se gravan las mercancías que se importan a fin de proteger a las similares que se fabriquen en el país. Por su parte, los aranceles a la exportación, aunque se establecen en casos excepcionales, tienen igual finalidad protectora, peor en este caso la contribución disminuye el ingreso real del comerciante con el objetivo de asegurar el abastecimiento del mercado nacional.

De acuerdo a la Ley de Comercio Exterior (Art. 12), existen tres clases de aranceles: Ad valorem, específico y mixto, y eventualmente se aplican otros como el arancel cuota y el arancel estacional.

1. Ad valorem: se expresa en términos porcentuales y se aplica sobre el valor en aduana de la mercancía. Éste impuesto de importación se calcula con base en el valor de la factura, el cual debe determinarse conforme a las normas internacionales previstas en el artículo VII del Acuerdo de la Organización Mundial de Comercio (OMC antes GATT).
2. Específico: Se expresa en términos monetarios por unidad de medida.

-
3. Mixto: “Es una combinación de los dos anteriores; por ejemplo: 5% ad valorem más US 1.00 por metro cuadrado de tejido poliéster”.¹⁰
 4. Arancel- Cuota. Es aquel arancel que grava el excedente de importación sobre la cuota autorizada.
 5. Estacional. Es un arancel poco frecuente que se aplica en ciertas épocas del año sobre algunos productos.

Hoy en día existe un gran número de países miembros de la OMC entre los cuales forma parte México, estos países tienen establecidos diversos tratamientos arancelarios para las mercancías que entregan a sus aduanas, por ello sus tarifas aduaneras pueden clasificarse en tres niveles:

1. Tarifa general. Es el que se aplica normalmente a todos los países miembros de la OMC, a quienes otorga de nación más favorecida.
2. Tarifa preferencial. Se aplica a productos que provienen de países con quienes se tiene algún acuerdo comercial para otorgarse recíprocamente un trato arancelario preferencial.
3. Tarifa diferencial. Es un arancel mayor a los anteriores y se aplica a países que no son miembros de la OMC y que no tienen algún acuerdo comercial firmado con el país cliente.

Medidas Antidumping

¹⁰ Guía del Exportador, Bancomext pag. 111

Aunque estas medidas no son arancelarias, cuando se aplican, su cobro se realiza de igual forma que las arancelarias, en las aduanas. Su uso deriva del artículo VI de la OMC. Las aplica un gobierno cuando otro otorga a sus productores un subsidio, por lo general económico, para ayudarlos a elevar la competitividad de sus bienes en los mercados de exportación.

El dumping consiste en la venta de un producto en un mercado extranjero a un precio discriminatorio inferior al de su valor comercial normal en el mercado del país exportador o en terceros países. Al respecto, los gobiernos pueden aplicar cuotas compensatorias y antidumping a los productos que importan desde otro país, para limitar o eliminar el daño que se puede producir en la industria local.

Clasificación Arancelaria en México

Las mercancías se deben identificar al pasar por las aduanas y, por tal motivo, existen las clasificaciones arancelarias, que establecen la homogenización de criterios, facilitan el estudio del comercio exterior (como la identificación de oportunidades comerciales) y permiten efectuar estadísticas y controles.

Las fracciones arancelarias están determinadas con base a la Nomenclatura del Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías. Según la fracción arancelaria se determinan los impuestos que pagan los importadores y los exportadores de mercancías.

Para el caso práctico que aquí se menciona de Bolsas de Plástico, estas se encuentran catalogadas en la siguiente fracción arancelaria:

Cuadro No.6 Fracción arancelaria de importación 39232901

Cap.: **39** Materias plásticas y manufacturas de éstas materias. Desechos, recortes y desperdicios; semiproductos; manufacturas.

Part.: **3923** Artículos para el transporte o envasado, de plástico; tapones, tapas, cápsulas y demás dispositivos de cierre, de plástico.

- Sacos (bolsas), bolsitas y cucuruchos:

Subp. **392329** -- De los demás plásticos.

Fra.: **39232901** Fundas, sacos y bolsas, para envase o empaque.

Unidad de medida: Kg

Arancel NMF: 18

Aranceles TLCs

Para que el exportador realice una buena planeación de su actividad es necesario conocer el nivel de arancel que tienen que pagar sus productos en la aduana del país importador. Así mismo el exportador debe conocer las posibles preferencias que puede aprovechar derivadas de los acuerdos comerciales que ha firmado México con otros países y las relaciones con acuerdos internacionales.

2.2.2 Regulaciones no arancelarias

“Las regulaciones no arancelarias son todas aquellas restricciones o barreras que impiden la libre circulación de los flujos de mercancías en los países”¹¹. Por su naturaleza éstas medidas son más difíciles de conocer, interpretar y cumplir. En la mayoría de las ocasiones no son muy transparentes, se originan en varias

¹¹ Witaker, Jorge y Jaramillo Gerardo.” Comercio exterior de México, marco jurídico y operativo”. Edit. Mc graw hill. México 1996. P.210

fuentes, tampoco son fáciles de interpretar y pueden ser modificadas en tiempos muy cortos.

Las regulaciones no arancelarias se encuentran clasificadas en dos grupos: cuantitativas y cualitativas.

Regulaciones cuantitativas. Estas forman parte de la política gubernamental en materia de comercio exterior, con el propósito de limitar las importaciones de algunos productos a cierta cantidad específica para así proteger a los productores locales, dentro de estas regulaciones se encuentran las siguientes:

- Permisos de exportación e importación

Estos permiten una determinada cantidad de importación, tan pronto como se importa la cantidad autorizada, no podrán importarse cantidades adicionales durante todo el año.

- Precios oficiales

Estos limitan a no poder vender un producto al consumidor final a un precio inferior o superior al establecido por un gobierno.

- Impuestos Antidumping

Estos se imponen cuando un país se considera afectado por bajos precios

Regulaciones cualitativas. Estas regulaciones son impuestas por los países con el propósito de proteger la salud del consumidor final, la salud de los vegetales o animales, aunque detrás de ellas se encuentra una política proteccionista. Por ello es importante conocer cuáles son las disposiciones existentes en la materia, vigentes en el país a donde se pretende exportar; dentro de las más importantes encontramos:

Regulaciones de etiquetado

El etiquetado ayuda a identificar y anunciar los productos facilitando su manejo por los recibidores. Se pueden utilizar impresiones en las cajas, etiquetas engomadas, estampadas o marcadas. Las normas de etiquetado constituyen una de las principales regulaciones de los mercados importadores. Las cajas deben estar claramente etiquetadas y marcadas de preferencia en el idioma del país de destino. Las normas de etiquetado constituyen una de las principales regulaciones de los mercados importadores.

- nombre común del producto
- peso neto, recuento y/o volumen
- nombre de la marca, nombre y dirección del emparador
- Tamaño y clasificación
- Temperatura de almacenamiento recomendada
- Instrucciones especiales de manipuleo
- Fecha de caducidad
- Origen del producto

Antes de realizar algún gasto en el etiquetado, el exportador debe conocer las regulaciones específicas que el mercado de destino establece al producto que se desea comercializar. Para ello, puede consultar a su propio cliente en el extranjero, recurrir a un consultor especializado en esas regulaciones, o bien solicitar la opinión y aprobación de su etiqueta directamente a las entidades normativas que establecen estas regulaciones en el país importador.

Regulaciones sanitarias, fitosanitarias y zoosanitarias

Estas regulaciones forman parte de las medidas para proteger la vida, la salud humana, animal y vegetal frente a ciertos riesgos que no existen en el territorio del país importador. Los riesgos que pretende atacar son los relativos a la introducción, propagación de plagas y enfermedades llevadas por animales, además de evitar la presencia en alimentos y forrajes de aditivos, contaminantes, toxinas y organismos causantes de enfermedades. Estas regulaciones comprenden a los productos agropecuarios, frescos y procesados.

Los aspectos básicos que cubren estas regulaciones, en términos generales, son: proceso de producción, uso de pesticidas y fertilizantes, pruebas de laboratorio, inspecciones, certificaciones sanitarias, regímenes de cuarentena y determinación de zonas libres de plagas y enfermedades.

Permisos de exportación e importación

Los permisos previos tienen la finalidad de restringir la importación o la exportación de ciertas mercancías, por razones de seguridad nacional, sanitarias, protección de la planta productiva, etc. Para saber si una mercancía se encuentra sujeta a permiso previo, es necesario conocer la fracción arancelaria en que está clasificada y en función de ello revisar los Acuerdos publicados para el efecto.

Regulaciones de envase y embalaje

Los envases y los embalajes tienen como finalidad principal proteger los productos durante las etapas de transportación y almacenaje, para que lleguen en óptimas condiciones al consumidor final.

Es indispensable que se verifiquen los requisitos específicos de envasado y embalaje que operan tanto a nivel internacional, como en específico en el país de destino, así como la conveniencia de utilizar envases o embalajes adecuados para cada producto.

Normas técnicas

Aluden a las características y propiedades técnicas que debe tener una mercancía en un mercado específico. El cumplimiento de estas normas permite garantizar a los consumidores que los productos adquiridos cuentan con la calidad, seguridad y las especificaciones de fabricación adecuadas. Al respecto, es imprescindible conocer si las normas existentes son de carácter obligatorio o simplemente voluntarias.

Para cada mercancía o grupo de productos puede haber una o varias normas. En estas se expresan directrices sobre medidas, tamaño, dimensiones, contenido químico, comprensión, resistencia, inflamabilidad, resistencia a la humedad, durabilidad, condiciones de seguridad, preceptos de terminología, símbolos, embalaje, y demás aplicables a un bien o proceso de producción.

La certificación de los productos que se exportan, luego de conocer en detalle las normas aplicables, se realiza generalmente en los laboratorios designados para el efecto o en las instituciones creadores de dichas normas.

Normas de calidad

Existen normas de calidad adoptadas por un número cada vez mayor de países. Entre las más importantes destacan la serie denominada como ISO 9000, que certifica el proceso y procedimientos establecidos para lograr la calidad de los productos de una empresa. En el campo de la problemática ambiental se trabaja con la serie ISO 14000.

Regulaciones de toxicidad

Se aplica a los productos en cuya elaboración se incorporen insumos peligrosos o dañinos a la salud humana. Cada país elabora listas donde se especifica qué insumos se consideran tóxicos y en qué productos debe aplicarse dicha normatividad.

Regulaciones ecológicas

Comprende las regulaciones relativas a la protección del ambiente, mejor conocidas como ecológicas. En el caso de la Unión Europea destacan las relativas a la comercialización de frutas y vegetales frescos.

Mercado de país de origen

En México a fin de identificar el origen de los productos y crear una imagen de identidad tanto en el país como en el extranjero, la Norma NMX-Z 009 1976, estipula con carácter de voluntario, el uso del emblema o de la leyenda “Hecho en México” en los productos, etiquetas o envases de venta en el mercado interno.

En el caso de exportaciones se pueden utilizar del mercado destino, aunque debe hacerse conforme a las regulaciones no arancelarias que éste defina.

2.3 El proceso de la exportación

De acuerdo con el procedimiento presentado en la Guía Básica del Exportador se pueden distinguir cuatro flujogramas relativos a igual número de etapas en cuanto a las exportaciones, análisis de viabilidad inicial, análisis de la viabilidad real, proceso de exportación, y proceso de consolidación y perfeccionamiento de las exportaciones.

Análisis de la viabilidad inicial

Evaluación de la capacidad de producción interna o de la capacidad instalada productiva ociosa.

Evaluación, ajuste y aprovechamiento de ventaja competitiva en cuanto a precios

Evaluación, ajuste y aprovechamiento de ventaja competitiva en cuanto a calidad y empaque

Análisis de las posibilidades en el mercado externo

Análisis de la viabilidad real

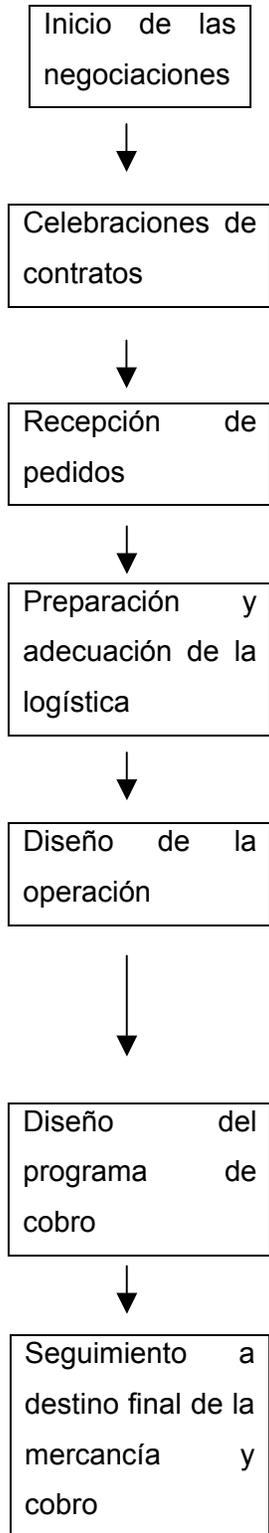
Evaluación y ajuste técnico frente a barreras arancelarias y no arancelarias en el mercado externo

Determinación, solicitud de apoyos y adecuación de la capacidad financiera de la empresa para hacer frente a los requerimientos de exportación.

Realización de actividades de promoción por medio de canales establecidos

Flujo de exportación

El proceso de la exportación dentro de la empresa se puede resumir de la siguiente forma:



Análisis del Proceso de Exportación (trámites legales)

El exportador debe tomar en cuenta algunos pasos importantes para que su operación comercial sea exitosa. A continuación se mencionaran los datos positivos y negativos que se deben tomar en cuenta:

El despacho aduanal de exportación empieza a partir de la mercancía

De la mercancía pasa al agente aduanal, al que hay que proporcionarle los documentos de: Pedimento y Validación, para pasar inmediatamente al Banco Comercial o al Sistema Automatizado los cuales le pueden dar luz verde para el despacho de la mercancía y terminó el proceso de exportación; pero puede ocurrir que en lugar de luz verde aparezca la luz roja y entonces tendría que pasar al Procedimiento Administrativo que determinará el pago de sanciones correspondientes con lo cual se llegaría finalmente al despacho de Mercancías.

Conceptos:

Todo esto luce complicado pero tiene una explicación, la mercancía es el producto listo para ser exportado y entregado al agente aduanal, que es la persona autorizada mediante patente de la Secretaría de Hacienda para realizar por cuanta del exportador el manejo de la mercancía para ser enviada al exterior.

El pedimento es el documento que formula el Agente Aduanal con todos los datos del exportador, el comprador y la mercancía a exportar, la validación es la verificación que éste efectúa por el sistema.

El SAAI, es un Sistema Automatizado Aduanero de Información, utilizado por las aduanas para la validación de la información.

La Caja Banco Comercial, se refiere al banco comercial situado dentro de la aduana en donde se pagan impuestos y servicios (Derecho de Trámite Aduanero) cuando procedan.

El Sistema Automatizado, es un sistema de cómputo que indica si la mercancía en cuestión debe ser revisada físicamente o no.

Procedimiento Administrativo en Materia Aduanera (PAMA), Si dentro del reconocimiento o revisión de la mercancía se encuentra alguna discrepancia entre lo declarado y lo presentado a revisión, se inicia este procedimiento – siempre y cuando sea considerado como grave- Despacho de Mercancía, “Terminado el reconocimiento de la mercancía se procederá a la entrega para su exportación”.¹²

2.4 Documentos y trámites en la exportación

Una parte importante de la exportación es el despacho aduanal, que no es otra cosa más que el conjunto de actos y formalidades relativas a la salida de mercancías del territorio nacional a través de la aduana, para ello el exportador deberá presentar las mercancías en la aduana a fin de que sean examinadas por la autoridad; acompañadas de ciertos documentos y liquidando los impuestos de exportación que en escasas ocasiones procedan.

Es obligación de quienes exporten mercancías presentar en la aduana un pedimento de exportación, en la forma oficial aprobada por la SHCP, por conducto de un agente o apoderado aduanal. En los casos en que las mercancías estén sujetas a regulaciones o restricciones no arancelarias a la exportación, el pedimento debe soportarse con los documentos comprobatorios

¹² Revista Negocios Internacionales, marzo 2001, pag 35

de cumplimiento de esas regulaciones o restricciones. Dicho pedimento de exportación se debe acompañar de:

La Factura o en su caso cualquier documento que exprese el valor comercial de las mercancías, de preferencia en dólares estadounidenses.

Los documentos que comprueben el cumplimiento de las regulaciones o restricciones no arancelarias a la exportación.

Es recomendable indicar los números de serie, parte, marca y modelo o, en su defecto, las especificaciones técnicas o comerciales necesarias para identificar las mercancías y distinguirlas de otras similares.

El despacho aduanero se debe realizar por conducto de un agente o apoderado aduanal legalmente autorizados para actuar a nombre del exportador. La tarifa que el agente aduanal suele aplicar por sus servicios es de 0.18% del valor de la exportación. Se recomienda que antes de solicitarlos se acuerden tanto los honorarios como otros gastos complementarios; por ejemplo, los trámites relacionados con el despacho de mercancías exportadas.¹³

Al exportador corresponde pagar todas las diferencias en dichas contribuciones, así como las multas y recargos a que se haga acreedor por inexactitud o falsedad de los datos e informes que haya proporcionado al agente aduanal, considerado lo dispuesto en los artículos 54 y 195 de la Ley Aduanera. Estas Faltas podrían llegar a ser muy graves y poner en riesgo el prestigio fiscal del exportador.

El agente aduanal será el responsable solidario de la veracidad y la exactitud de los datos y la información suministrados en el llenado de documentos, la

¹³ Guía Básica del Exportador, Edit. Bancomext, ed. México P. 95

determinación del régimen aduanero de las mercancías, la clasificación y las contribuciones causadas, así como del cumplimiento de las demás obligaciones en materia de restricciones o regulaciones no arancelarias que se apliquen a dichas mercancías.

Los documentos que se anexan al pedimento debe proporcionarlos el exportador, incluida la carta de encargo o encomienda, en la cual bajo protesta de decir verdad, el exportador girará instrucciones al agente aduanal para que realice el despacho aduanero en forma clara y precisa.

En ésta deben establecerse por lo menos los siguientes datos:

Quién confiere el encargo,
A qué agente aduanal se le confiere,
Fecha y lugar,
Tipo de mercancías,
Bultos,
Valor y cantidad,
Régimen aduanero de exportación, y
Otras recomendaciones sobre el embarque.

Además de los señalados, los documentos que generalmente se requieren para la exportación son:

Copia del RFC
Carta de Encargo para el embarque de la mercancía, y
Reservación en la agencia naviera en la que se efectuará el embarque de la mercancía, en caso de tratarse de un despacho por aduana marítima.

Si se trata de contenedores, solicitar su oportuno envío para cargarlos con la mercancía que se exportará y tenerlos listos para su embarque con tres días de anticipación.

Si la clase o naturaleza de la mercancía así lo requiere, deberá agregarse lo siguiente:

Permisos o autorizaciones

Certificados de análisis químicos

Lista de empaque

El certificado de origen en caso de que el comprador extranjero lo solicite, aunque no es obligatorio presentarlo en el despacho aduanal de exportación. Sin embargo es fundamental cuando se trata de una operación en que se solicite tratamiento preferencial, bajo algún tratado o acuerdo comercial.

Para una mejor comprensión de los documentos utilizados a continuación se explican con mayor detalle los conceptos sobre los documentos utilizados para las exportaciones que corresponden a la factura comercial, lista de empaque, despacho aduanal, certificación de calidad y cuantificación de mercancías.

Lista de empaque

Es un documento que permite al exportador, al transportista, a la compañía de seguros, a la aduana y al comprador, identificar las mercancías y conocer, identificar las mercancías y conocer qué contiene cada bulto o caja, por lo cual se ha de realizar un empaque metódico, que coincida con la factura. Esta última se utiliza como complemento de la factura comercial y se entrega al transportista.

Es este desglose se debe indicar la fracción arancelaria de la mercancía, así como el valor, el peso y el volumen (describiendo el tipo de empaque y embalaje utilizados).

Despacho aduanal

Los exportadores están obligados a presentar en la aduana un pedimento de exportación, en la forma oficial aprobada por la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, por conducto de un agente o apoderado aduanal. Dicho pedimento debe acompañarse de: factura o, en su caso, cualquier documento que exprese el valor comercial de las mercancías, los documentos que comprueben el cumplimiento de regulaciones o restricciones no arancelarias a las exportaciones a indicar los números de serie, parte, marca y modelo para identificar las mercancías y distinguirlas de otras similares, cuando dichos datos existan.

Del despacho aduanero resulta el pedimento de exportación, el cual permite a la empresa comprobar sus exportaciones ante Secretaría de Hacienda y Crédito Público para los efectos fiscales respectivos.

Certificación de calidad y cuantificación de mercancías

Los riesgos de las operaciones de comercio exterior se reducen acudiendo a empresas internacionales que vigilan e inspeccionan la carga, con el fin de asegurar el cumplimiento de las normas pactadas. Estas certificaciones son voluntarias y pueden referirse, entre otras, a las siguientes materias: supervisión de calidad, cantidad y peso; supervisión del embarque, estiba o descarga; supervisión de temperaturas; supervisión de fumigaciones; control de calidad; supervisión e inspección de embalaje; inspección previa para asegurar la limpieza del medio de transporte; inspección y evaluación de productos conforme a normas internacionales.

Otros documentos

Copia del Registro Federal de Contribuyentes (RFC) con homoclave e información del domicilio fiscal de la empresa, carta de embargo para el embarque de su mercancía, contar con la reservación de la agencia naviera para efectuar el embarque de la mercancía si es por vía marítima; si no se cuenta con dicha autorización, dar instrucciones a la agencia aduanal para que solicite autorización por cuenta del exportador, si se trata de contenedores, solicitar con tiempo el envío de los contenedores vacíos para ser cargados con la mercancía a exportar; otros permisos, certificados de análisis químicos o autorizaciones según la mercancía de que se trate.

Selección de los medios de transporte y seguros

El transporte es uno de los factores más significativos del costo de operación del comercio internacional, por lo que es necesario realizar un análisis exhaustivo de las diferentes modalidades del mismo. Para seleccionar el medio más idóneo se deberán evaluar los costos, confiabilidad, seguridad, y oportunidad en la entrega.

El valor unitario, el peso, el volumen del producto y las distancias tienen mucha importancia para la selección de los medios de transporte. Si se trata de un producto de gran volumen, de poco valor y a grandes distancias la modalidad será el transporte marítimo o el ferrocarril. Si se trata en cambio de productos de alto valor, reducido peso y poco volumen, aun a largas distancias, se considerará el transporte aéreo.

Entre los costos se deben considerar los directos (fletes, costos de maniobras, derechos y tarifas especiales, entre otros) e indirectos, como los relativos a los almacenajes; y los costos financieros, por los tiempos de espera.

Existe la posibilidad de combinar las diferentes modalidades de transporte: marítimo, ferrocarril, autotransporte y aéreo. Por otra parte, las posibilidades del transporte multimodal puerta a puerta simplifican los problemas en cuanto a logística.

El seguro se constituye de una serie de coberturas que tienen como objetivo resarcir al asegurado por las pérdidas o daños materiales que sufran las mercancías objeto de transporte por cualquier medio, la combinación de éstos o los tiempos de espera. Los riesgos a cubrir y la magnitud de los mismos será una cuestión a decidir y acordar.

2.5 Programas e instituciones de apoyo al comercio exterior

El gobierno federal ha diseñado diversos programas de fomento a la exportación con el fin de incrementar la actividad exportadora. Las dependencias gubernamentales involucradas en cada caso son la Secretaría de Economía (SE), la Secretaría de Hacienda y Crédito Público y el Banco Nacional de Comercio Exterior (BANCOMEXT).

En muchos casos el exportador puede requerir de insumos que tienen que obtenerse del mercado externo, para este caso el gobierno ha creado lo siguiente:

- Apoyos gubernamentales para las exportaciones

Existen diversos programas de apoyo para las exportaciones. En las siguientes líneas se enlistan, sin señalar sus características. Estos corresponden a: industria maquiladora de exportación, programa de importación temporal para exportación (Pitex) programa de importación temporal para servicios integrados a la exportación (Pitex Servicios), devolución de impuestos (Draw Back), cuenta

aduanera, empresas de comercio exterior (Ecex), devolución y compensación del IVA, empresas altamente exportadoras (Altex), comisión mixta para la promoción de las exportaciones (Compex), ferias mexicanas de exportación (Femex), sistema mexicano de promoción externa (Simpex) y otros apoyos no financieros de Bancomext.¹⁴

- Apoyos financieros al exportador

El Banco Nacional de Comercio Exterior S.N.C., ofrece los servicios financieros de: crédito (preexportación), crédito al comprador, cartas de crédito, garantías, capital de riesgo, servicios de tesorería, banca de inversión, servicios fiduciarios, comisiones mercantiles y avalúos.

- Apoyos Fiscales gubernamentales al exportador

Devolución y compensación del IVA. Con la finalidad de que los productos mexicanos exportados lleguen al mercado de destino a un precio competitivo, el gobierno federal reembolsa, compensa o acredita, el IVA que el exportador haya pagado al comprar los insumos utilizados en la fabricación del bien exportado.

Por eso es que los productos a la exportación tienen una tasa de 0% del IVA, ya que como se comentó en el párrafo anterior la SHCP devuelve o acredita el IVA pagado.

- Mecanismos para que el exportador importe insumos o equipo

En muchos casos el exportador requiere diversos insumos, como materias primas, maquinaria, equipo, envases, instrumentos para el control de calidad,

¹⁴ <http://www.siem.gob.mx>

etc., que sólo puede obtener en el mercado externo. Las causas pueden derivarse de lo siguiente:

- a) El exportador cuenta con un contrato de maquila de exportación.
- b) Una o más de las materias primas necesarias que no se fabrican en México.
- c) Para cumplir con los estándares del mercado internacional se puede requerir maquinaria que sólo se fabrica en el extranjero.
- d) Se requieren moldes, aparatos de control de calidad o anticontaminante.

- Programas de Importación Temporal de mercancías ante el TLCAN

Dado que en el Tratado de Libre Comercio de América del Norte se firmaron compromisos para que insumos o materias primas producidos fuera de la región comprendida por Canadá, Estados Unidos y México no gocen de los beneficios de dicho tratado, se establecieron reformas a los programas de fomento y operación de la Industria Maquiladora de Exportación y el Programa de Importación Temporal para producir artículos de Exportación (PITEX) para hacerlos acorde al tratado.

Ello no significa que los programas desaparezcan, solamente se modifica el tratamiento para aquellos insumos y componentes no originarios de la región importados temporalmente, que sean incorporados a los productos exportados a algunos países firmantes del mismo tratado.

En caso de que se exporten productos a países del TLCAN que incorporen materias primas, partes, componentes, materiales auxiliares, envases, material de empaque, combustibles y lubricantes importados originarios de otros países

diferentes a Canadá, Estados Unidos y México, se deberán pagar los aranceles de estos.

- Programa de Importación Temporal para Producir Artículos de Exportación (PITEX)

El decreto que establece el Programa de Importación Temporal para Producir Artículos de Exportación (PITEX) fue publicado en el Diario Oficial de la Federación el 3 de mayo de 1990 y sus modificaciones se publicaron por ese mismo medio el 11 de mayo de 1995, 13 de noviembre de 1998 y 30 de octubre de 2000.

Su objetivo principal consiste en estimular la actividad exportadora, permitiendo a los beneficiarios inscritos en el programa que la importación de insumos, maquinaria y equipo utilizados en la producción de bienes exportados quede exenta del pago de impuestos.

Requisitos: Si la empresa solamente importa insumos (materia prima, combustibles, etc.) debe exportar el 10% de sus ventas totales o exportar más de USD 500,000; si importa solamente maquinaria debe exportar el 30% de sus ventas totales, debe presentar la solicitud de inscripción al programa ante la Secretaría de Economía y ser auditado periódicamente por la misma dependencia.

Entre los beneficios más significativos que se ofrecen a estas empresas son:

- a) Materias Primas, partes, componentes, materiales auxiliares, envases, material de empaque, combustibles y lubricantes.
- b) Estos insumos pagarán el monto de aranceles que corresponda a los insumos no originarios incorporados en una mercancía

exportada uno de los países miembros del TLCAN, conforme al procedimiento que se explicó en un apartado anterior.

- c) Contenedores y cajas de trailer.
- d) Herramienta, equipos y accesorios
- e) Maquinaria, aparatos, instrumentos y refacciones para el proceso productivo.

- Programas de Promoción Sectorial (PROSEC)

El 14 de noviembre de 1998, 9 de mayo y 30 de octubre de 2000, se publicaron en el Diario Oficial de la Federación los decretos por los cuales se establecen diversos Programas de Promoción Sectorial, en el que se especifican las condiciones para sujetarse a dichos programas.

Como una medida de apoyo fiscal a los productores de ciertas mercancías se crearon los Programas de Promoción Sectorial (Prosec). Como se nombre lo indica, estos programas buscan apoyar a ciertas ramas o sectores económicos industriales en donde el país es competitivo.

- Empresas de Comercio Exterior (ECEX)

El decreto para regular el establecimiento de empresas de comercio exterior, se publicó en el Diario Oficial de la Federación el 11 de abril de 1997.

Su objetivo es el de promover el establecimiento de empresas de comercio exterior.

Por otra parte, los requisitos que considera son que debe contar con un capital social mínimo de USD 100,000; exportaciones anuales mínimas de USD 3 millones y demostrar saldo operacional positivo de divisas.

En cuanto a los beneficios que señala son: 1) Obtener la Constancia de Empresa Altamente Exportadora, 2) Inscribirse en el Programa de Importación Temporal para producir Artículos de Exportación, 3) Podrán bajo el tratamiento de exportación definitiva, adquirir mercancías de proveedores nacionales a una tasa cero de IVA.

- Empresas Altamente Exportadoras (ALTEX)

Estos decretos se publicaron el 3 de mayo de 1990, 17 de mayo de 1991 y 11 de mayo de 1995.

Requisitos: Lograr exportaciones directas anuales por USD 2 millones como mínimo o equivalente a 40% de sus ventas totales; sus exportaciones indirectas deben ser por lo menos el 50% de sus ventas anuales y presentar solicitud ante la SE.

Los principales beneficios establecidos son: 1) Devolución inmediata del IVA (en caso de saldo a favor), 2) Acceso gratuito al Sistema de Información Comercial administrado por la Secretaría de Economía y Bancomext, 3) Exención del requisito de segunda revisión de las mercancías exportadas en la aduana de salida.

2.6 Términos de negociación internacional

Con el propósito de evitar problemas legales que afecten el comercio internacional, la Cámara Internacional de Comercio recopiló y publicó las reglas internacionales para la interpretación de los términos conocidos como incoterms. El objetivo de éstos es establecer un conjunto de términos y reglas de carácter facultativo, que permiten acordar los derechos y las obligaciones tanto del vendedor como el comprador en las transacciones comerciales internacionales, por lo que se pueden utilizar en contratos de compra-venta en el extranjero. La

última versión de éstos data de 1990. Por otra parte los Incoterms regulan tres aspectos básicos relacionados con el lugar de entrega de una mercancía:

- Transferencia de riesgos entre comprador y vendedor,
- Costo a cuenta del comprador y vendedor, y
- Documentación.

Se han dividido en cuatro grupos básicos que son: E, F, C y D.

Los incoterms se clasifican de dos formas:

1. Por grupos, y
2. Por tipo de transporte a utilizar.

Por grupos, esta clasificación se conoce por la primera letra de las siglas de incoterms que pueden ser:

E= Exit (en punto de salida u origen).

F=Free (libre de flete principal).

C=Cost (costo de flete principal incluido).

D=Delivered (entregado en destino).

Los términos que inician con la letra E y F indican que la mercancía se entrega en el país de origen y los que inician con la letra C y D indican que el bien se entrega en el país destino.

A continuación se describe brevemente el significado de las categorías que integran los grupos.

EXW: Ex work (en fábrica o punto de origen).

Significa que el vendedor completa su obligación de entrega cuando ha puesto los artículos dentro del establecimiento (almacén, fábrica u oficina) a disposición del comprador. El comprador acepta todos los riesgos y costos, entre ellos, la contratación del medio de transporte requerido. Los trámites de exportación se encuentran a cargo del comprador.

FCA: Free Carrier (transporte libre de porte).

La obligación del vendedor termina cuando entrega los artículos tramitados para su exportación al transportista que designe el comprador en el lugar convenido.

FAS: Free Alongside Ship (libre junto al barco).

La responsabilidad del vendedor concluye cuando se han colocado los artículos junto al barco, sobre el muelle o en lanchas de alijo en el puerto de embarque. Por lo tanto, el comprador asume todos los costos y riesgos por pérdida o daño de la mercancía desde ese momento, así como los trámites para su exportación.

FOB: Free on Board (libre a bordo).

El comprador tiene que asumir todos los costos y riesgos por pérdida o daño de los artículos desde que se embarcan en el puerto asignado. Hasta ahí llega la responsabilidad del exportador; sin embargo, la realización de los trámites de exportación corresponde a éste. Esta modalidad sólo se utiliza en el transporte marítimo o fluvial.

CFR: Cost and Freight (costo y flete).

Implica que el vendedor debe pagar los costos y el flete necesario para entregar los artículos en el puerto de destino. No obstante, los riesgos de pérdida y daño de la mercancía, así como cualquier costo adicional que se genere desde el momento en que los artículos sean entregados a bordo del barco, se transfieren del vendedor al comprador, cuando los productos ya se han marcado.

El CFR requiere que el vendedor tramite el despacho de exportación, y sólo se usa para el transporte marítimo o fluvial.

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

El es similar al CFR, pero además está obligado a proporcionar el seguro marítimo a cargo y riesgo del comprador en caso de pérdida o daño de la mercancía durante la travesía. El vendedor contrata y paga la prima del seguro.

CPT: Carriage Paid to (flete pagado a).

El pago del flete de transporte de la mercancía al lugar asignado corre a cargo del vendedor. El riesgo de pérdida o daño de los artículos, así como cualquier costo adicional por contingencias posteriores a la entrega al transportista, se trasladan del vendedor al comprador, si la mercancía se entregó bajo custodia del transportista.

CIP: Carriage and Insurance Paid (flete y seguro pagado a).

El vendedor tiene las mismas obligaciones que en el término CPT, pero además debe proporcionar el seguro de carga que ampare el riesgo del comprador a perder la mercancía o el daño que ésta sufra durante su transportación. El vendedor contrata al seguro, paga la prima correspondiente y tramita la exportación de la mercancía. Éste último puede aplicarse para cualquier forma de transporte, entre ellos el multimodal.

DAF: Delivered at Frontier (entregado en frontera).

El vendedor cumple con sus obligaciones cuando los artículos están disponibles y se ha tramitado su exportación en el punto asignado en la frontera, pero ante la aduana del país importador. Se aplica principalmente cuando las mercancías se transportan por ferrocarril o carretera, pero puede usarse un cualquier forma de transportación.

DES: Delivered Exship (entregado fuera del barco o sobre el buque).

El vendedor cumple su compromiso cuando los artículos están a disposición del comprador a bordo del barco, sin que haya efectuado trámite alguno de importación en el puerto asignado. El vendedor asume costos y riesgos de llevar los artículos al puerto de destino. Sólo se utiliza para transporte marítimo o fluvial.

DEQ: Delivered Ex Quay (duty paid) (entregados en muelle) (derechos pagados).

El vendedor tiene que asumir todos los costos cuando ha puesto los artículos a disposición del comprador en el muelle del puerto de destino asignado y con los trámites de importación correspondientes que incluyen aranceles, impuestos y cargos de entrega pertinentes. Si hay acuerdo entre las partes pueden excluirse algunos conceptos.

DDU: Delivered Duty Unpaid (entregado sin impuestos pagados).

El vendedor termina su obligación de entrega cuando los artículos están a disposición del comprador en el lugar acordado del país importador. El vendedor tiene que asumir todos los costos y riesgos al efectuar los trámites aduaneros,

asimismo el comprador sufraga cualquier gasto adicional y asume los riesgos por no retirar a tiempo la mercancía de la aduana.

DDP: Delivered Duty Paid (entregado con impuesto pagado).

El vendedor finaliza su responsabilidad cuando los artículos están a disposición del comprador en el lugar asignado del país importador. El vendedor debe asumir todos los riesgos y costos, entre ellos, aranceles, impuestos y demás gastos para la entrega de los artículos, con los trámites aduaneros efectuados para su importación.

CAPÍTULO 3

ANÁLISIS ESTRATÉGICO DE LA EMPRESA CON PERFIL EXPORTADOR

3.1 Determinación y características del producto y del mercado

En esta parte de la investigación es necesario determinar cuáles son las características del producto que le han permitido posicionarse en el mercado doméstico y, además, cuáles de ellas pueden representar una ventaja en los mercados de exportación a los que se pretende entrar.

Por supuesto que las condiciones de los mercados extranjeros no son del todo similares a las que se tiene en el país. Tanto algunos aspectos culturales y sociales como el macroentorno económico, demográfico, político, legal, tecnológico y natural, varían de una nación a otra. Asimismo, la competencia, la opinión pública y los intermediarios son diferentes y se comportan de modo distinto de aquel al que se está acostumbrado.

Por todo ello, es indispensable que se reexamine el producto a exportar como si no se conociera y lo describa con detalle, desde diversos puntos de vista: arancelario, industrial y de comercio exterior, con un enfoque mercadológico; es decir, tratando de identificar qué necesidades y deseos satisface y qué utilidad representa para el cliente o el consumidor y, consecuentemente, qué otros productos son sus competidores directos o indirectos.

Al efectuar esta descripción del producto e identificar cuáles son las formas de clasificarlo, estaríamos en la posibilidad de obtener la información del mercado que será básica para entender las nuevas circunstancias en las que tendrá que competir, a fin de obtener una posición adecuada en el mercado extranjero.

De la misma manera se podrá identificar y distinguir los tipos de mercado en que actualmente está vendiendo el producto, con miras a identificar si es en ese tipo de mercados o en otros en los que podría vender el producto en el extranjero.

Asimismo se debe conocer cuál es la normalización vigente en su país para el producto que se desea exportar y precisar si acaso en la actualidad está cumpliendo con sus exigencias. De todas formas, es también conveniente que se revise con detalle cómo está controlada la calidad de la producción en el presente.

Por otro lado, debe darse cabal cuenta de qué hacer para mejorar el producto, determinando si tiene o no una actividad formal de investigación y desarrollo en su empresa, y si se ha desarrollado tecnología propia o no.

Además, es necesario que defina con precisión qué mantenimiento o respaldo tiene el producto y cómo lo ofrece actualmente a sus clientes y consumidores, como un complemento indispensable del producto en sí.

También se tendrá que observar si ahora tiene un sistema de costeo que permita conocer con precisión el costo de producción del producto que desea exportar y, en caso positivo, analizar la estructura de sus costos con un enfoque de estrategia competitiva en costos.

Una vez realizado este análisis, estará usted en condiciones de identificar las ventajas competitivas singulares de su producción, según sus consideraciones singulares del producto, pueden ser mantenidas estructuralmente frente a sus competidores.

Para proceder a la elaboración del análisis del producto a continuación se listan los elementos que la componen:

-
1. Clasificación arancelaria del producto de acuerdo con el Sistema Armonizado, Clasificación Industrial y Clasificación de Comercio Exterior.
 2. Principales productos competidores directos y/o indirectos
 3. Principales tipos de productos que vende y, consecuentemente, tipos de mercado que actualmente satisface con sus productos: de consumo, empresarial o industrial.
 4. Normas de controles de calidad
 5. Tecnología e investigación
 6. Mantenimiento y respaldo al producto
 7. Costos de fabricación
 8. Valor para el cliente y ventajas competitivas del producto

1. Clasificación arancelaria del producto de acuerdo con el Sistema Armonizado, Clasificación Industrial y Clasificación de Comercio Exterior.

Lo primero que se debe recordar es que, para efectos de control del comercio exterior, todos los productos se identifican al pasar por las aduanas de modo tal que las autoridades de cada país puedan determinar cuál es su situación arancelaria; es decir, deben o no pagar derechos de importación (aranceles) y, en caso afirmativo, cuál es el derecho que han de pagar, el general o uno preferencial, o acaso se encuentran exentos.

Además, también se determina si la mercancía en cuestión debe pagar algún tipo de impuestos y si satisface los múltiples requisitos que, en su conjunto, constituyen las llamadas barreras arancelarias, es decir, cuestiones relativas a cuotas, permisos previos, regulaciones sanitarias, ecológicas, de calidad, de etiquetado, de protección al consumidor, etc., que deben cumplirse para poder ingresar la mercancía al país de que se trate.

1. Principales productos competidores directos y/o indirectos

A pesar de que el producto a tratar satisface una necesidad específica y es posible que, inclusive, tenga características tan singulares que aparentemente sea difícil sustituirlo con otro, se tiene que hacer el esfuerzo de encontrar productos que satisfacen la misma necesidad, aunque sean de menor calidad que el propio.

La importancia de esta identificación radica en percatarse de que si no se está vendiendo el producto en un mercado, es porque alguien más está satisfaciendo esa necesidad aunque sea parcialmente con un producto similar, mejor o peor que el propio.

2. Principales tipos de productos que vende y, consecuentemente, tipos de mercado que actualmente satisface con sus productos: de consumo, empresarial o industrial.

El producto que desea exportar o ya está exportando puede ser un producto de consumo, es decir, puede estar destinado a los individuos o familias para su uso directo. En cualquier caso, la naturaleza misma del producto determina el tipo de mercado que esté actualmente atendiendo. Para ello, la actividad comercial puede estar situada en uno o varios mercados diferentes, según se comenta a continuación:

El mercado de consumo está constituido por las personas físicas, sea en los ámbitos individual o familiar. Para que se llegue con el producto hasta los hogares de los consumidores, normalmente es necesario que transite físicamente a través de los llamados canales.

El mercado industrial o empresarial es el integrado por las empresas industriales que adquieren su producto para transformarlo en otra cosa.

En este tipo de mercado, también existen los intermediarios, aunque, en ocasiones, usted puede vender directamente a la empresa interesada, siempre y cuando exista una sólida relación comercial ya establecida y la confianza del comprador en que se cumplirán estrictamente los compromisos acerca de la seguridad en sus abastecimientos.

Por último el mercado de reventa es típico de los negocios internacionales y está conformado por las cadenas de tiendas comerciales que importan directamente algunas mercancías con el propósito de revenderlas, muchas veces con exclusividad o con diseños y marcas propias.

4. Normas de controles de calidad

Las barreras no arancelarias que se tendrán que superar para llegar con el producto a un mercado extranjero son múltiples, diversas en su naturaleza y varían de país a país. Estos aspectos encuentran una excelente base de partida en la identificación, desde ahora, de las normas que existen tanto en su país como en aquel que esté considerando como mercado de destino.

5. Tecnología e investigación

Cuando los productos que se ofrecen al mercado no son el resultado de una sistemática mejoría y de una permanente adecuación de aquellos a los usos y costumbres de los consumidores para su mayor satisfacción, muy probablemente se está en presencia de productos genéricos que no tienen ninguna particularidad sobresaliente respecto a todos los demás.

6. Mantenimiento y respaldo al producto

En muchas ocasiones, es muy difícil tener productos con características superiores a los de nuestros competidores, por ello, muchos empresarios encuentran la forma de distinguirse positivamente de sus competidores por medio de otros servicios que constituyen los que se denomina producto ampliado, que son todos aquellos aspectos que sin ser el producto en sí, contribuyen a la mayor satisfacción de los clientes y consumidores y, en el mejor de los casos, a obtener su preferencia.

7. Costos de fabricación

La única manera de ofrecer un producto cuyos costos de producción sean competitivos internacionalmente es tener una clara conciencia de la estructura de los costos propios y controlar efectivamente sus posibles incrementos. Por ello, lo primero que se tiene que hacer es conocer con todo detalle cómo se estructuran actualmente y quién controla sus aumentos.

8. Valor para el cliente y ventajas competitivas del producto

Finalmente, con todo lo que se ha podido constatar hasta ahora acerca del producto, se debe definir cuáles son las ventajas competitivas de éste frente a sus competidores. Entre otras estas ventajas pueden ser:

- a) Una marca distinguible y bien posicionada en el mercado
- b) Un diseño exclusivo y difícil de imitar por sus competidores
- c) Una tecnología más avanzada que sus competidores

-
- d) Un empaque y un embalaje novedosos y eficientes
 - e) Mejor y más amplia garantía
 - f) Mayor durabilidad
 - g) Mayor confiabilidad
 - h) Simpleza de operación
 - i) Crédito y planes para facilitar la compra
 - j) Calidad superior
 - k) Entregas más rápidas

3.2 Aspectos del proceso productivo

“El proceso productivo es la secuencia de tareas realizadas desde la adquisición de la materia prima, hasta la transformación de esta en un artículo de consumo” ¹⁵

En este caso se presenta desde la compra de la materia prima hasta la venta o almacenamiento del producto.

La selección de la tecnología apropiada, asociada al nivel de producción proyectado para el despegue de la empresa, es uno de los factores más difíciles de evaluar.

Costos de producción

Una empresa necesita conocer los costos de producción de todos y cada una de los productos o servicios y procesos que maneja y opera, con la finalidad de calcular de manera adecuada el precio de venta de cada uno de ellos.

¹⁵ Del Río González, Cristóbal. “Introducción al estudio de la contabilidad y control de los costos” UNAM, México 1997. P.200

En consecuencia, se debe analizar cada uno de los elementos y factores utilizados en la fabricación, pues son parte integral del costo de producción.

El punto de partida es la materia prima, que se transformará en producto terminado, y la mano de obra, que está dada por la suma de sueldos, salarios y prestaciones de los empleados que hacen posible la fabricación de los productos. Ambos elementos representan los costos directos en la producción.

El tercer elemento del costo de producción es el costo indirecto o costo general de fabricación, que no se relaciona en forma directa con la elaboración del producto, por ejemplo: renta, agua, energía eléctrica, impuesto predial, mantenimiento de maquinaria, sueldo de personal de oficina, publicidad, papelería, depreciación de mobiliario y equipo y otros.

Determinación de precios del producto final

A continuación se muestran, a manera de ejemplo, los diversos componentes para la estimación de los costos fijos y variables, así como una exposición de los criterios existentes para determinar los precios.

Costos variables = CV

Materia Prima

Mano de Obra

Combustibles

Mantenimiento

Insumos

Acarreos

Total

Costos Fijos= CF

Gastos de oficina

Gastos administrativos

Renta

Luz

Teléfono

Gas

Gasolina

Etc

Ver hoja de costos para exportación en sección de Anexos

En la fijación de precios se deben considerar los siguientes objetivos:

- Conseguir beneficios sobre la inversión o sobre las ventas netas
- Ganar una determinada participación en el mercado
- Evitar, soportar o seguir a la competencia
- Obtener la máxima ganancia posible

Ciclo productivo – Bolsas de Polietileno -

Explicación por etapas del flujo del proceso de producción en un nivel de pequeña empresa:

1. Compra y recepción de materia prima:

Se realiza la compra de la resina de polietileno a granel, en pellets o chips (bolitas). Compra de tinta para flexografía o rotograbado en plástico y compra de hules preparados y rodillos metálicos para flexografía o rotograbado (impresión).

2. Traslado de resina de polietileno al negocio:

El proveedor de la materia prima debe encargarse de llevar la resina al establecimiento del comprador. Esto se realiza en una pipa con bomba y manguera como las que se usan para el traslado de agua. Auxiliándose de la bomba y la manguera, la resina es depositada en silos para su almacenamiento, los silos son depósitos metálicos en forma cilíndrica verticales con capacidad para 12,600 kg. Dentro de una pequeña empresa existen de 3 a 4 silos, que deben surtirse cada 3 días de producción promedio.

3. Traslado de la resina de polietileno a la máquina de extrusión:

La resina es trasladada manualmente con apoyo de un diablo para carga, dentro de botes plásticos para ser colocada en el dispensador de la máquina extrusora.

4. Extrusión y enrollado:

Se deposita la resina a granel dentro de unos contenedores que sirven para dispensar a la máquina extrusora, que funciona como un molino, funde los pellets con calor propio hasta hacerlos líquidos, lo lanza por una ranura hacia arriba impulsado con aire propio para que no se pegue, lo que visualmente se identifica como un globo vertical inflado suspendido entre la base y parte superior de la máquina, que es la película de polietileno; en la parte superior hay un rodillo que gira para ir atrapando la película, que bajo mecanismo electrónico realiza los pliegues, y simultáneamente la enrolla. Cada rollo tiene una longitud de 150 mts.

5. Traslado de rollos de película de polietileno al área de impresión

Se traslada la película de polietileno al área de impresión

6. Armado de rodillos impresores y preparación de tintas:

La impresión se lleva a cabo de dos formas, por flexografía que es base hule en alto relieve y por rotograbado rodillo metálico bañado de cobre con diseño en bajo relieve; ambos contienen la figura que ha de grabarse, previa fabricación por empresas que prestan el servicio de grabado de rodillos. En el caso de flexografía, el hule grabado se entrega sobre plano que debe pegarse en un cilindro metálico para ser usado en las máquinas de impresión.

7. Impresión sobre la película de polietileno:

Se coloca la película en un rodillo ubicado en un extremo de la máquina que es la portabobina; se hace pasar la película entre un rodillo y un rodillo para imprimir, posteriormente pasa por un área de secado instantáneo y por último, por el reembobinador que es un rodillo que recogerá la película impresa. La velocidad la marca el rodillo reembobinador a través de pequeños "jalones", previendo el tiempo necesario para impresión y se encuentra en el extremo contrario al rodillo de la portabobina generalmente.

Seguido de la impresión, la película pasa por un área de secado instantáneo que es un área cerrada, puede ser un horno con calor propio o un área provista de un ventilador y auxiliado por spots (focos) que transmiten el calor y ayudan al secado.

8. Traslado de rollos impresos al área de sellado y corte de película:

Se desmontan los rollos de la máquina de impresión y son trasladados al área de corte para obtener la bolsa de camiseta impresa.

9. Sellado y corte de película de polietileno:

El sellado y el corte lo realiza una máquina de sellado y cortado de película de polietileno; se coloca el rollo en un extremo de la máquina, se programa la longitud a que debe sellarse y cortarse, se prende la máquina eléctricamente. El pegado es térmico, dentro de la máquina existe una superficie caliente que en la parte superior tiene una cuchilla sin filo que, de acuerdo a como se programó bajará para hacer presión sobre el plástico y la superficie caliente para fundirlo, ya caliente automáticamente queda sellado; simultáneamente pasará por otra superficie fría en donde también existe una cuchilla con filo que hará el corte para dar acabado a la bolsa camiseta.

10. Producto terminado y su empaquetado:

Se recoge el producto terminado de la máquina conforme va saliendo se acomoda en un tablón al piso para no ensuciarse o en una mesa de madera. Se empaqueta el producto ya sea en una gran bolsa de plástico o dentro de una caja grande de cartón.

La verificación de control de calidad se realiza simultáneamente durante todo el proceso de producción. A través de pruebas previas para verificar las especificaciones.

11. Venta o almacenamiento del producto:

Las pequeñas empresas fabrican la bolsa impresa previo pedido de los clientes, se almacena sólo en caso de que el cliente tarde en recoger su pedido, cuando es así, debe ser en un lugar seco.

3.3 Evaluación Económica

La información sobre los costos de los proveedores de equipo, material de empaque y otros materiales es primordial, esta información puede ser comparada posteriormente con costos proyectados de producción y los precios estimados del producto, lo que permitirá que se haga un estimado de las pérdidas o ganancias de la operación.

Relación del equipo principal

Una de las primeras decisiones al elegir el equipo se relaciona con el grado de flexibilidad o adaptación deseada. Las máquinas y herramientas se pueden clasificar como de propósito general o especial. Las máquinas de propósito general son las más flexibles y constituyen la mayoría de las máquinas y herramientas que se utilizan en la actualidad.

En contraste, las máquinas de propósito especial son diseñadas para efectuar un solo trabajo. Tienen, por lo general, la ventaja de efectuar operaciones específicas de manera más rápida y a mayor escala que las máquinas de propósito general. Sin embargo, adolecen de flexibilidad, ya que un simple cambio en el diseño del producto podría implicar su desecho o cambio total.

El equipo mínimo a requerir para la empresa es el siguiente:

Equipo o accesorios	Capacidad	Costo aproximado (\$)
<ul style="list-style-type: none">• 3 máquinas de extrusión	20/25 Kg/h	1,500,000
<ul style="list-style-type: none">• 2 maquinas de rotograbado para	50-60 mts/min	800,000

<ul style="list-style-type: none"> 4 tintas (opcional) • 2 máquinas para sellado y corte de película de polietileno • 3 tableros o mesas • 4 rodillos metálicos, bañados en cobre y con diseño para impresión (opcional) 	<p style="text-align: center;">2000 pzas/min</p> <p style="text-align: center;">5X2 mts.</p> <p style="text-align: center;">70 cms.</p>	<p>900,000</p> <p>7,500</p> <p>4,000</p>
TOTAL		3,211,500

Relación y especificaciones del equipo auxiliar y accesorios de apoyo

El equipo auxiliar y los accesorios de apoyo para la operación de la planta incluyen, entre otros:

Equipo	Costo aproximado (\$)
<ul style="list-style-type: none"> • Vehículos (3/4 ton) • Equipo de computo • Mobiliario y equipo de oficina • Implementos diversos 	<p>400,000</p> <p>30,000</p> <p>20,000</p> <p>10,000</p>
TOTAL	460,000

Relación de proveedores del equipo principal

A continuación se señala cómo acceder a la relación de proveedores del equipo principal del giro:

- Sección amarilla de la guía telefónica, en el apartado de maquinaria para la industria del plástico
- Diccionario de especialidades para la Industria Alimentaria
- Cámara Nacional de la Industria de la Transformación/ Consejo de Bienes de Capital, a través de sus diferentes directorios industriales.

Relación de materia prima requerida y sus costos

Materia Prima (Para 1 ton de bolsa)	Costo aproximado (\$)
• Resina de polietileno a granel (840 KG)	5,000
• Tintas para impresión 10 Kg. Promedio (opcional)	1,000
• Conos auxiliares para acomodar las bolsas	1,000
• Bolsas y/o cajas de cartón para empaquetar el producto	1,150
• Terminado (150 pzas para 1 tonelada)	797
TOTAL	8,947

Relación del personal requerido

El desarrollo óptimo de cualquier empresa requiere de la determinación y selección adecuada del personal que en ella participará.

Es imprescindible conocer las especialidades y habilidades requeridas con objeto de cumplir cabalmente con todas las actividades que se necesitan para lograr los propósitos del negocio.

Una pequeña empresa en el giro que nos ocupa requiere en esencia del siguiente tipo de personal:

No. De personas	Proceso / Funciones	Capacitación necesaria y experiencia	Sueldo mensual
1 Director General	Dirección general	Licenciatura o Ingeniería, 8 años	15,000
1 Gerente de planta	Producción en todos los niveles	Ingeniería, 5 años	12,000
1 Gerente administrativo y financiero	Administración de empresas	Licenciatura, 5 años	12,000
1 Gerente de ventas y mercadotecnia	Ventas y estrategias de ventas	Licenciatura, 5 años	12,000 o 10,000 + comisiones por ventas cerradas
2 Supervisores de	Supervisión sobre	Técnicos, con	3,500

planta	cualquiera de los procesos de producción	experiencia mínima de 3 años en el proceso	
2 personas del área administrativa	Secretariado, Técnico, 1 año recepción y archivistas, etc.		2,500
2 personas de intendencia	Limpieza general	Secundaria, experiencia no necesaria	1,300
1 chofer	Conducir cualquier tipo de vehículo	Secundaria, 2 años	2,000
3 Vigilantes	Vigilar la puerta	Secundaria , 2 años	2,500
24 Obreros	Producción de extrucción, sellado y corte	Secundaria, 1año	2,500

Otros costos relativos

Otros costos	Costo aproximado (\$) mensual
• Agua	1,269
• Energía Eléctrica	2,797
• Drenaje	494
• Gas	5,871
• Recolección de basura	291
TOTAL	10,722

3.4 Marco contable

Métodos contables

Cuando se realiza una contabilidad se suele utilizar un sistema simple mediante el cual se van registrando las cantidades de los gastos en columnas. Este sistema refleja la fecha de la transacción, su naturaleza y la cantidad desembolsada. Sin embargo, cuando se lleva a cabo la contabilidad de una organización, se utiliza un sistema de doble entrada: cada transacción se registra reflejando el doble impacto que tiene sobre la posición financiera de la empresa y sobre los resultados que ésta obtiene. La información relativa a la posición financiera de la empresa y sobre los resultados que ésta obtiene. La información relativa a la posición financiera de una empresa se refleja en el llamado balance general de la empresa, mientras que los resultados obtenidos por la empresa aparecen desglosados en la cuenta de pérdidas y ganancias. Se incluyen a la vez los datos que reflejan los cambios en la estructura financiera de la empresa y la situación de sus ingresos. El estado de liquidez se refleja en el informe económico-financiero de la empresa, en una memoria por separado.

Esta información financiera permite estudiar los resultados obtenidos en el pasado al mismo tiempo que realizar prospecciones y proyectos para planificar el crecimiento.

Registros contables

La contabilidad moderna consta de siete etapas. Los tres primeros se refieren a la sistematización de libros, es decir, a la compilación y registro sistemáticos de las transacciones financieras. Los documentos financieros constituyen la base de la contabilidad; entre estos documentos cabe destacar los cheques de banco, las facturas extendidas y las facturas pagadas. La información contenida en estos documentos se traslada a los libros contables, el diario y el mayor. En el libro diario se reflejan todas las transacciones realizadas por la empresa, mientras en el mayor, aparecen las transacciones que afectan a las distintas partidas contables, por ejemplo caja, bancos, clientes, proveedores, entre otras.

Primer paso. El registro de cada transacción en el libro diario constituye el punto de partida del sistema contable de partida doble. Con este sistema se analiza la estructura financiera de una organización tomando en cuenta el doble efecto que toda transacción tiene sobre dicha estructura (una compra de bienes constituye, por un lado, un aumento del activo, pero también refleja una disminución del mismo al reducirse la cantidad de dinero disponible).

Segundo paso. En la siguiente etapa del ciclo contable las cantidades reflejadas en el libro diario, en el que aparece la cuenta concreta de cada partida contable.

Tercero paso. Una vez reflejadas todas las transacciones en el libro mayor se procede a obtener el saldo deudor o acreedor de cada cuenta. La suma de todos los saldos acreedores debe ser igual a la suma de todos los saldos deudores, pero con signo contrario.

Cuarto paso. Finalizadas las etapas correspondientes a la teneduría de libros, el contador procede a ajustar una serie de cuentas con el propósito de destacar hechos económicos que, aunque no han producido de forma convencional, sí representan transacciones finiquitadas.

Quinto y sexto pasos. Una vez realizados los ajustes anteriores, el contador realiza un primer balance de comprobación de saldos, adaptándolos con los ajustes posteriores. Cuando se han actualizado todos los saldos se procede a redactar el balance y preparar la cuenta de pérdidas y ganancias.

Séptimo paso. El último paso consiste en cerrar las cuentas anuales, transfiriéndolas a la cuenta de pérdidas y ganancias con el propósito de que las cuentas que corresponden tan sólo a la actividad anual se anulen unas a otras, para que los créditos y débitos del siguiente año fiscal reflejen en particular la actividad fiscal de ese año.

Estados Financieros

Los estados financieros representan el producto final del proceso contable y tienen por objeto, presentar información financiera para que los diversos usuarios de los estados financieros puedan tomar decisiones eficientes y oportunas. La información financiera que tales usuarios requieren se enfoca primordialmente en la:

- a) Evaluación de la rentabilidad;
- b) Evaluación de la posición financiera, que incluye su solvencia y liquidez;
- c) Evaluación de la capacidad financiera de crecimiento
- d) Evaluación del flujo de fondos

De acuerdo con estas necesidades los estados financieros básicos son:

Estado de situación financiera o balance general. Muestra los activos, pasivos y el capital contable a una fecha determinada. Está integrado por:

- Activo
- Pasivo
- Capital Contable

Estado de resultados. Muestra los ingresos, costos, gastos y la utilidad o pérdida resultante en el período. Los elementos que integran este estado financiero son:

- Ventas
- Devoluciones y rebajas sobre ventas
- Costos y gastos
- Utilidad bruta

Estado de variaciones en el capital contable. Muestra los cambios en el la inversión de los propietarios durante el período. Se elabora tomando en cuenta las aportaciones de capital que se hayan efectuado por ejercicio, disminuyendo las reducciones de capital para llegar al capital actual de la empresa.

Estado de cambios en la situación financiera. Muestra la forma en que se modificaron los recursos y las obligaciones de la empresa durante el período; se elabora comparando los balances generales de dos períodos y estableciendo los recursos generados durante las operaciones de la empresa en ese lapso.

Otros registros contables

Comprende una serie de registros que se señalan a continuación:

- Bienes de producción
- Registro de nómina
- Registro de las devoluciones y rebajas en ventas
- Registro de comprobantes
- Registro de cheques

Contadores

Dependiendo de los recursos y tamaño de las empresas, requerirán de servicios contables especializados, los cuales pueden ser prestados por contadores internos o externos, que se encarguen tanto de los aspectos generales de la contabilidad como de los aspectos relevantes:

- Contabilidad general
- Fiscal
- Auditoría

3.5 Análisis financiero

La Planeación es la clave del éxito de la administración financiera. Los planes financieros toman muchas formas, pero un buen plan debe estar relacionado con los puntos fuertes y débiles de la empresa. Debemos entender los puntos fuertes si han de usarse para ventaja propia; en los puntos débiles debe reconocerse si se ha de tomar una decisión correctiva. Por ejemplo, son apropiados los inventarios para dar apoyo al nivel proyectado de ventas?. ¿Tiene la empresa una inversión demasiado fuerte en cuentas por cobrar, y refleja esta condición

una débil política de cobranza? El administrador financiero planea los requerimientos financieros futuros según los procedimientos de presupuesto y de pronóstico, pero el plan debe empezar con el tipo de análisis financiero que se analiza en este capítulo.

La administración financiera de cualquier empresa se ocupa de solucionar interrogantes acerca de porque es importante y cómo se fijan las políticas de efectivo y activo circulante.

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

Estados financieros básicos

El análisis de razones financieras emplea datos financieros tomados del balance general de la empresa y de su estado de resultados; por ello es útil empezar con una revisión de estos informes contables.

Para obtener una revisión adecuada de los informes contables resulta útil la aplicación de razones financieras. Cada tipo de análisis tiene un propósito o un uso que determina las diferentes relaciones que destaca. El analista, puede, por ejemplo, ser un banquero que somete a consideración si debe otorgar un préstamo a corto plazo a una empresa. Los banqueros están principalmente interesados en la posición de liquidez a corto plazo de la empresa; por tanto destacan las razones que miden la liquidez. En contraste, los acreedores a largo plazo dan mucho más énfasis al poder de generación de utilidades y ala eficacia de operación de operación. Saben que las operaciones no rentables erosionan los valores de los activos y que una fuerte posición circulante no garantiza la disponibilidad de los fondos para rembolsar una emisión de bonos a 20 años. Los inversionistas del capital contable están similarmente interesados en la

rentabilidad a largo plazo y en la eficacia. Desde luego, la administración se interesa en todos los aspectos del análisis financiero; debe rembolsar sus deudas a los acreedores, a corto y a largo plazo, así como obtener utilidades para los accionistas.

Es útil clasificar las razones financieras dentro de seis tipos fundamentales:

Razones de liquidez. Miden la capacidad de la empresa para satisfacer las obligaciones que vencen a corto plazo.

Razones de apalancamiento financiero. Miden el grado en que la empresa ha sido financiada mediante deudas.

Razones de actividad. Miden la eficacia con la cual la empresa usa sus recursos.

Razones de rentabilidad. Miden la eficacia de la administración y cómo se muestra en los rendimientos que se han generado con las ventas y la inversión.

Razones de crecimiento. Miden la capacidad de la empresa para mantener su posición económica en el crecimiento de la economía y de la industria.

Razones de valuación. Miden la capacidad que tiene la administración para crear valores de mercado en exceso de los desembolsos del costo de la inversión. Las razones de valuación son la medida más completa del desempeño, en tanto que reflejan las razones de riesgo (las dos primeras) y las razones de rendimiento (las tres siguientes). Las razones de valuación tienen gran importancia, puesto que se relacionan directamente con la meta de maximizar el valor de la empresa y la riqueza de los accionistas.

Razones de liquidez

Análisis de liquidez y solvencia financiera

El análisis de la solvencia deberá cubrir las necesidades relacionadas con el ciclo financiero a corto y a largo plazo. La liquidez se refiere a la capacidad de la empresa para cubrir sus obligaciones circulantes, es decir, las que participan en el ciclo financiero a corto plazo. La solvencia atañe a la capacidad financiera de una empresa para endeudarse a largo plazo y cubrir los costos inherentes. En los anexos se muestran las razones incorporadas en las pruebas de liquidez y pruebas de solvencia.

$$\text{Razón circulante} = \frac{\text{Activos circulantes}}{\text{Pasivos circulantes}}$$

La razón circulante es la medida que se usa con mayor frecuencia en relación con la solvencia a corto plazo, puesto que indica la medida en la cual los derechos de los acreedores a corto plazo están cubiertos por activos que se espera que se conviertan en efectivo en un periodo aproximadamente correspondiente al vencimiento de los derechos.

Razón rápida o prueba del ácido

$$\text{Razón rápida} = \frac{\text{Activos circulantes} - \text{Inventario}}{\text{Pasivo circulante}}$$

Esta razón es importante ya que mide la capacidad de la empresa para liquidar sus obligaciones a corto plazo, sin tener que depender de la venta de inventarios.

Razón de deuda total

$$\text{Razón de endeudamiento} = \frac{\text{Deuda total}}{\text{Activos totales}}$$

Esta razón mide el porcentaje de los fondos totales proporcionados por los acreedores.

Razones de actividad

$$\text{Rotación del inventario} = \frac{\text{Ventas}}{\text{Inventario}}$$

$$\text{Rotación de activo fijo} = \frac{\text{Ventas}}{\text{Activo fijo neto}}$$

Estas razones miden la eficacia con la cual la empresa emplea los recursos que dispone.

Razones de rentabilidad

$$\text{Margen de utilidad} = \frac{\text{Ingreso neto}}{\text{Ventas}}$$

La rentabilidad es el resultado neto de un buen número de políticas y decisiones.

Rendimiento sobre el capital contable

$$\text{Rendimiento sobre el capital contable} = \frac{\text{Ingreso neto}}{\text{Capital contable}}$$

Esta razón mide la tasa de rendimiento sobre la inversión de los accionistas.

Razones de crecimiento

Estas razones miden qué tan bien la empresa mantiene su posición económica en la economía como un todo, y en su propia industria.

Razones de valuación

Las razones de valuación son las medidas más amplias de desempeño para la empresa que reflejan la influencia combinada en las razones de riesgo y en las razones de rendimiento.

Punto de equilibrio

El punto de equilibrio es una técnica de análisis empleada como instrumento de planificación de utilidades, toma de decisiones y resolución de problemas. Para aplicar esta técnica es necesario conocer el comportamiento de los ingresos, costos y gastos, separando los que son variables de los fijos o semi fijos.

Los gastos y los costos fijos se generan con el paso del tiempo, aparte del volumen de la producción y ventas. Son llamados gastos y costos de estructura, porque generalmente se contratan e instalan para la estructuración de la empresa; como ejemplo de estos costos y gastos pueden citarse la depreciación en línea recta, las rentas y los salarios que no están en relación directa con el volumen de producción, entre otros.

Por el contrario, los gastos variables se generan en razón directa de los volúmenes de producción y ventas.

Proyecciones, evaluación financiera y económica

TIR (tasa interna de rendimiento)

La tasa interna de rendimiento financiero, también considerada como tasa interna de retorno, se define como la tasa de descuento a la que el valor presente neto de todos los flujos de efectivo de los períodos proyectados sea igual a cero. Se utiliza para establecer la tasa de rendimiento esperada de un proyecto.

Valor presente Neto (VPR)

El valor presente neto se define como el valor presente del flujo de ingresos menos el valor presente del flujo de egresos; esto es la suma algebraica de los flujos de efectivo futuros al valor presente, incluyendo en esta suma el egreso inicial de la inversión.

Punto de Equilibrio

Es el momento económico en el que los ingresos de una organización son iguales a sus costos y gastos, en consecuencia no se tiene utilidad ni pérdida. “Es una herramienta de planeación y control financiero que permite conocer los ingresos que requiere una empresa para no perder y permite conocer el resultado que se obtendría en las operaciones modificando las siguientes variables: “¹⁶

¹⁶ Moreno Fernández, Joaquín. “Las finanzas en la empresa”. 5ª. Ed. Instituto mexicano de contadores públicos, A.C. 1997 p. 291

-
- Precio de venta
 - Cantidad de unidades vendidas
 - Aumento o disminución en los costos y gastos
 - Margen de seguridad para no generar pérdidas, entre otras

El análisis del punto de equilibrio es una técnica útil para estudiar las relaciones entre los costos fijos, los variables y los beneficios. La utilidad general de éste es que puede calcular con mucha facilidad el punto mínimo de producción al que debe operarse para no incurrir en pérdidas sin que esto signifique que aunque haya ganancias, éstas sean suficientes para hacer rentable el proyecto.

Su fórmula matemática es la siguiente:

$$\text{Punto de equilibrio} = \frac{\text{Costos fijos y variables totales}}{\text{Volumen total de ventas}}$$

Flujo de efectivo

Una de las funciones básicas que tienen las finanzas consiste en obtener para una organización los recursos monetarios para su operación continua; para el logro de este objetivo existe el flujo de efectivo, este se maneja en forma aislada y constante en las empresas y su preparación comúnmente es mensual, semanal o con variantes.

El flujo de efectivo consiste en listar los ingresos y egresos proyectados pro una organización para un período determinado con el objetivo de determinar si la empresa va a generar los recursos monetarios para su operación.

Con el flujo de efectivo se determinan sobrantes o faltantes de efectivo y el tiempo de duración de los mismos.

Como el flujo de efectivo se prepara por anticipado, permite a la administración actuar. En caso de sobrantes permite evaluar por anticipado las alternativas de inversión en inventarios, activos fijos, compra temporal de valores financieros, etc. En caso de faltantes permite evaluar las fuentes de financiamiento disponibles para solventar los faltantes, ya sea a través de préstamos, de emisión de acciones y otros valores, etc., procurando que el financiamiento se obtenga al costo mínimo posible.

El cálculo se basa en el método de “flujos netos al accionista” que se resume en la siguiente tabla:

Flujo =

Ingresos por ventas + otros ingresos + financiamiento externo

Menos

Costo directos de producción – costos indirectos de producción – incremento en capital de trabajo – costo de ventas – gastos administrativos – amortización de capital – intereses por financiamiento – impuestos – inversión fija – gastos preoperativos

3.6 Análisis de FODAS

Esta herramienta nos permite realizar un diagnóstico de la situación de cualquier empresa, considerando los factores externos e internos que la afectan y así

poder delinear la estrategia para el logro satisfactorio de las metas y objetivos inherentes a la misma.

“En este punto se deben identificar los aspectos en los que la empresa está en mejores condiciones de enfrentar la competencia (fortalezas) y aquellos otros en que su situación es endeble (debilidades). Adicionalmente se deberán vislumbrar las (amenazas) que acechan los intereses de la empresa, lo cual se puede plantear como retos que deberá enfrentar, así como las (oportunidades) que en la perspectiva futura se podrán aprovechar”¹⁷.

Fortalezas

Son los factores que se manejan o realizan correctamente en su área de influencia y producen los mejores resultados.

Debilidades

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

Amenazas

Situaciones riesgosas, también fuera del área de influencia que afectan la eficiencia.

Oportunidades

Situaciones potencialmente favorables que se presentan fuera del área de influencia y que pueden aprovecharse para el desempeño del trabajo.

¹⁷ Domínguez Chávez Guillermo. “La planeación estratégica en el éxito de una organización”. Administrate hoy. Vol. 37. México, 1998 p.128

3.7 Estructura Administrativa

La estructura organizacional es el elemento que define las relaciones que deben existir entre las actividades y órganos de una empresa, así como las líneas de autoridad formal que se fijan en cuanto al derecho que tiene un empleado por su nivel jerárquico de exigir el cumplimiento responsable de los deberes a un colaborador directo y de que el colaborador acepte las decisiones que por función haya tomado su superior.

“La estructura organizacional representa la autoridad y las diversas combinaciones de la división de funciones. Se expresa en organigramas y se complementa con los análisis de puestos”¹⁸

¹⁸ Van Home James. “Fundamentos de administración financiera” Prentice may. México 1998. p201

Capítulo 4

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPORTACIÓN DE BOLSAS DE PLASTICO A CALIFORNIA, E.U.A.

4.1 Análisis estratégico de la empresa

Empresa (caso hipotético)

El origen de ésta pequeña empresa se remonta a 1985 derivado de que se eliminan algunas de las restricciones sobre la resina y se establecen industrias petroquímicas productoras con lo que crece ligeramente la industria de la fabricación de bolsas de plástico.

El director comercial de la empresa ha vivido por más de 20 años en California y además de estar bien relacionado socialmente allí, conoce el medio de los negocios y en especial el de artículos para el envase. Nuestro director de producción es uno de los ingenieros con mayor trayectoria en relación con el producto; por esta razón es, al mismo tiempo, director de investigación y desarrollo.

Misión de nuestra empresa:

Brindar a nuestros clientes nacionales y extranjeros, productos plásticos de alta calidad, manteniendo durante su manufactura una filosofía de mejoramiento continuo e innovación así como el desarrollo de nuestro personal.

Visión de la empresa:

Llegar a ser una empresa productora de bolsas de plástico de talla, internacional brindando productos de calidad reconocidos y obtenidos a partir del aprovechamiento óptimo de los recursos humanos y materiales.

Objetivo:

El proyecto que se presenta a continuación consiste en exportar bolsas de Plástico (Polietileno) al mercado de Estados Unidos, iniciando nuestras operaciones a partir del mercado de California.

Este producto pertenece a la industria que se define como la relación entre la manufactura, distribución y comercialización de un grupo de materiales sintéticos llamados plásticos.

Esta industria del sector plástico se encuentra dividida en dos segmentos. El primer segmento de la industria, al que se denomina "industria primaria" es aquella que se encuentra clasificada por datos proporcionados por el gobierno de EUA. Es decir, la industria del plástico que el gobierno considera sin tomar en cuenta pequeñas industrias. Esta industria plástica primaria incluye la producción de:

- Materiales plásticos y resinas
- Productos plásticos
- Maquinaria para el proceso de resinas plásticas
- Moldes para resinas plásticas
- En adición, también incluye el servicio de la comercialización de materiales plásticos, formas y diseños.

El segundo segmento es la "industria cautiva", conocida como "secundaria", que es la industria del plástico compuesta por empresas que elaboran productos similares a aquellos de la industria primaria, pero localizados en plantas clasificadas en otras industrias.

Perfil del Producto a exportar

Nombre: Bolsas de Plástico

Color : Transparente

Medidas: Varias medidas, como por ejemplo: 15X20, 18X25, 25X30, 30X55, 60X90, 90X60.

Usos: Se utiliza para el empaque prácticamente de cualquier artículo: como fruta, ropa, basura, etc.

Precio: Varios precios, promedio \$15 Kg ó 1.5 USD

Productos del giro y sus características básicas

- Bolsas de polietileno de alta o baja densidad, con o sin impresión
- Bolsa camiseta de polietileno de alta o baja densidad, con o sin impresión
- Bolsas de Polietileno de alta o baja densidad, con o sin impresión, con asa troquelada

Características de un buen producto en el giro

Siendo un producto derivado de la resina de polietileno debe considerarse principalmente la satisfacción del cliente, la película o bolsa de polietileno debe ser resistente y flexible.

Las bolsas deben ser resistentes, sobre todo en la costura, de tamaños y presentaciones variadas, y de acuerdo a las necesidades del cliente; debe ser de color ó transparente, con o sin asas, con o sin impresión y de alta o baja densidad.

Por su importancia dentro del giro, se ha escogido las bolsas camiseta de polietileno impresas como el producto que se detalla en el presente trabajo.

La bolsa camiseta es aquella que lleva dos pliegues laterales, que terminan en asas, el tamaño a considerar es estandarizado, de 30 cm de ancho por 40 cm de alto con una densidad de calibre 70 (baja densidad).

Las bolsas camiseta de polietileno juegan un papel importante dentro de la vida cotidiana por su uso intenso en el comercio.

Su proceso de producción es homogéneo ya que la película (en su caso) se derivan de la misma resina.

La capacidad instalada de la empresa le permite lograr una producción mensual de hasta 300 toneladas al mes. Actualmente produce 200 toneladas.

En cuanto al grado de actualización tecnológica se destaca lo siguiente:

Para la empresa pequeña existe tecnología y maquinaria aunque no muy sofisticada, a menos que sea de importación; se considera una industria rezagada en México, el equipo se va deteriorando con el paso del tiempo, es decir, se acoplan nuevos componentes y procesos hasta formar una planta más grande para producir. Dentro de las pequeñas empresas se lleva a cabo el proceso de extrusión de resina para convertirla en rollos de película de polietileno, la impresión, el sellado y el corte de la película para convertirla en bolsas.

Relaciones insumo-producto

Para fabricar, por ejemplo, 300 toneladas de bolsa camiseta de polietileno impresa, se requiere los siguientes insumos:

Resina de polietileno a granel 12.6 ton

Tintas para impresión 10 kg promedio

Conos auxiliares para acomodar las bolsas terminadas 10 pzas.

Bolsas y/o cajas de cartón para empaquetar el producto

Terminado 150 pzas.

Relación de Proveedores principales

La resina dentro del país se adquiere principalmente con PEMEX.

La materia prima utilizada para la fabricación de bolsas de polietileno no se considera tóxica, a excepción de la pintura, evitando el mal uso de la misma y se considera un espacio específico para manejarla.

Análisis de FODAS

Dentro de la empresa ejemplo se tiene el siguiente análisis FODA:

<p>Fortalezas:</p> <ol style="list-style-type: none">1. Se trabaja con base a un estándar de calidad alto.2. Los trabajadores están bien capacitados.3. Se trabaja con base a sistema de justo a tiempo	<p>Debilidades:</p> <ol style="list-style-type: none">1. La tecnología se hace obsoleta rápidamente2. Se trabaja con bajos sueldos
<p>Amenazas:</p> <ol style="list-style-type: none">1. Los precios del petróleo cambian continuamente.2. Cambio en la tecnología3. Recesión económica	<p>Oportunidades:</p> <ol style="list-style-type: none">1. Se presentan oportunidades de inversión directa o indirecta.2. Lograr alianzas estratégicas3. Precio de la materia prima4. Expansión del mercado meta5. Incursionar en nuevos mercados.

Análisis financiero de la empresa

A partir de los principales estados financieros de la empresa al 31 de diciembre del 2001 es el siguiente:

BALANCE GENERAL

<u>Activo</u>	<u>31 de diciembre</u> <u>2001</u>
CIRCULANTE:	
Efectivo e inversiones temporales	\$ 364,742
Cuentas por cobrar:	
Clientes	57,890
Impuesto sobre la renta por recuperar	9,828
Otras cuentas por cobrar	<u>7,943</u>
	440,403
Inventarios	87,702
OTROS ACTIVOS	<u>30,308</u>
Total activo circulante	558,413
INMUEBLES, MAQUINARIA Y EQUIPO - Neto	167,917
Total Activo	\$ <u>726,330</u>

<u>Pasivo</u>		<u>2001</u>
A CORTO PLAZO:		
Proveedores	\$	70,569
Otras cuentas por pagar y gastos acumulados		49,901
Impuesto al valor agregado		3,596
Participación de los trabajadores en las utilidades		<u>15,007</u>
Total pasivo		<u>139,073</u>
<u>Capital Contable</u>		
CAPITAL SOCIAL		300,000
RESULTADOS ACUMULADOS		287,257
Total capital contable		<u>587,257</u>
Total Pasivo mas Capital	\$	<u>726,330</u>

ESTADOS DE RESULTADOS

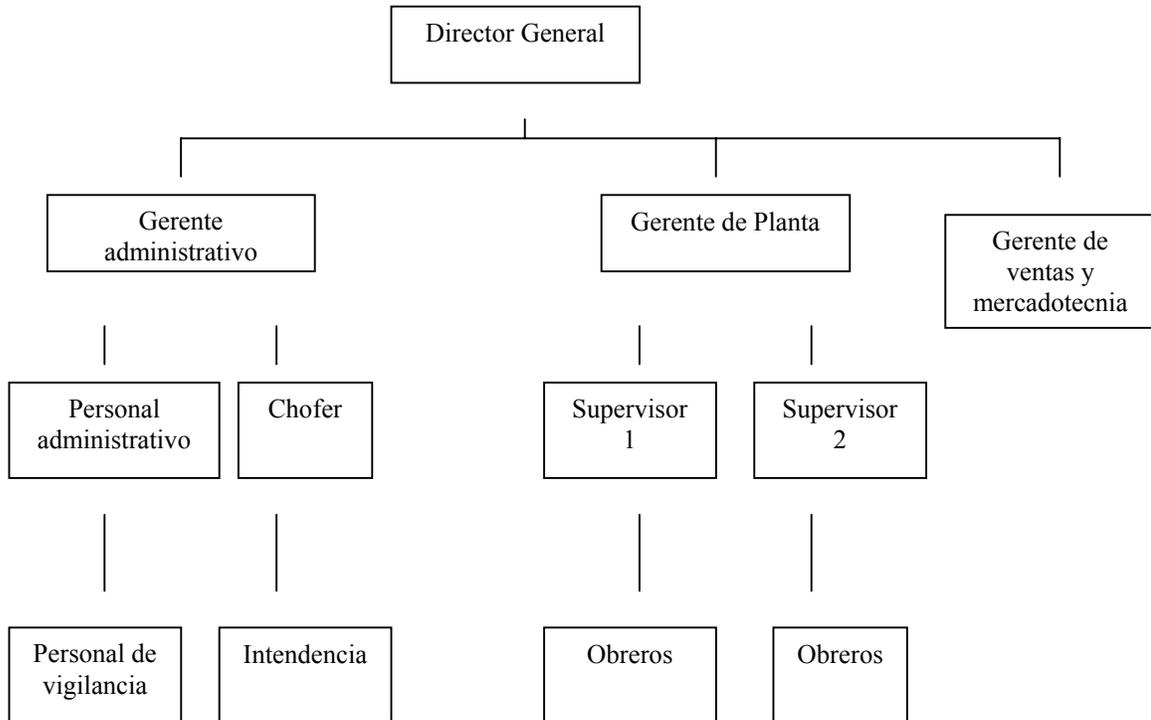
	Año que terminó el 31 de diciembre de
	<u>2001</u>
	\$ 482,600
COSTO DE VENTAS	<u>390,270</u>
Utilidad bruta	92,330
GASTOS DE OPERACIÓN:	
Administración	4,099
Venta	<u>7,977</u>
	<u>12,076</u>
Utilidad de operación	<u>80,254</u>
OTROS PRODUCTOS - Neto	<u>5,853</u>
COSTO INTEGRAL DE FINANCIAMIENTO:	
Productos financieros - Neto	<u>2,588</u>
Utilidad antes de provisiones	88,695
PROVISIONES PARA (Nota 9):	
Impuesto sobre la renta	12,868
Participación de los trabajadores en la utilidad	<u>367</u>
	<u>13,235</u>
Utilidad neta del año	\$ <u>75,460</u>

Realizaremos el cálculo y la interpretación de las razones financieras más importantes.

		Año <u>2001</u>	
Razon circulante	<u>Activos Circulantes</u> Pasivos Circulantes	<u>558,413</u> 139,073	4.02
Razón rápida	<u>Activos circulantes - inventario</u> Pasivo circulante	<u>352,701</u> 139,073	2.5
Razón de endeudamiento	<u>Deuda total</u> Activos totales	<u>139,073</u> 726,330	0.2
Rotación del inventario	<u>Ventas</u> Inventario	<u>482,600</u> 87,702	5.5
Rotación de activo fijo	<u>Ventas</u> Activo fijo neto	<u>482,600</u> 167,917	2.9
Margen de utilidad	<u>Ingreso neto</u> Ventas	<u>92,330</u> 482,600	0.2
Rendimiento sobre el capital contable	<u>Ingreso neto</u> Capital contable	<u>92,330</u> 587,257	0.2

ORGANIGRAMA DE LA EMPRESA

La empresa que se encargará de la producción cuenta con aproximadamente 70 trabajadores y tiene la siguiente estructura organizacional:



POSICIÓN	Funciones
1 Director General	Dirección general
1 Gerente de planta (producción)	Producción en todos los niveles
1 Gerente administrativo y financiero	Administración de empresas

1 Gerente de ventas y mercadotecnia	Ventas y estrategias de ventas
2 Supervisores de planta	
2 Personas del área administrativa	
Supervisión sobre cualquiera de los procesos de producción.	

Descripción de los puestos más importantes:

Director General

- Liderar la ejecución de las directrices estratégicas de los accionistas
- Planear, dirigir y controlar la estrategia comercial y financiero administrativa de la empresa.
- Ser el responsable de todo el personal ejecutivo de la empresa (en su caso) teniendo la facultad de contratar, así como de asignar y modificar sueldos en apego a las políticas de la empresa.
- Definir, autorizar y supervisar la ejecución de proyectos, programas y presupuestos de la empresa.
- Fungir como representante de la empresa ante terceros, en las instancias acordadas por el Consejo de administración.

Gerente administrativo

- Planear, dirigir y controlar las actividades financieras, de recursos humanos y administración, y de sistemas de información de la empresa.
- Diseñar y ejecutar proyectos, programas y presupuestos, evaluando periódicamente su cumplimiento.
- Proponer y vigilar el cumplimiento de objetivos, políticas y procedimientos del área.
- Identificar y evaluar las oportunidades de crecimiento y la provisión de recursos humanos y materiales necesarios.
- Representar a la empresa ante organismos gubernamentales para la resolución de conflictos que determine el consejo de administración.

Gerente de Planta

- Establecimiento de objetivos, normas, procedimientos, métodos, estrategias y tácticas para la administración de la maquinaria, materiales, mano de obra y los procesos.
- Coordinar los factores determinantes de la producción, como: número de piezas por producto, el número de operaciones de cada pieza, la interdependencia entre piezas, la variación de capacidad de las máquinas para las distintas clases de trabajo, el número de submontajes, la necesidad de entregar en fechas determinadas, la recepción de pedidos pequeños y numerosos, entre otros.

-
- Conocimiento completo y exacto de la situación de todos los materiales que se utilizan en el proceso productivo, mediante la regulación del tráfico de piezas y los montajes para conocer el proceso de las materias en transformación, calcular la posibilidad de cumplir los compromisos, prevenir la reducción de existencias y aprovechar la maquinaria, materias primas, almacenes y capacidad instalada en general. Establece la coordinación entre el control de calidad y el control de costos.

Gerente de Ventas y Mercadotecnia

“Es una de las fases principales en el desarrollo de una empresa, ya que representa el factor clave para colocar los productos en el mercado de consumo y de esta forma satisfacer las necesidades de los consumidores y obtener utilidades.”¹⁹

Entre las funciones a desempeñar se notan las siguientes:

- Investigación de mercados, registro, tabulación y análisis de datos relacionados con el producto, el precio, la marca, la garantía y servicios, las necesidades del cliente y la competencia.
- Determinación de los canales por los cuales la empresa hace llegar el producto a los consumidores.
- Definición de las actividades necesarias para dar a conocer el producto y los mecanismos más apropiados de promoción en el mercado seleccionado; determinación de presupuesto para promoción y publicidad, selección de medios para la publicidad, determinación de estrategias y tácticas de promoción, entre otros.

¹⁹ SE, “Bolsas de Polietileno”, Editorial Porrúa, México, 2000 p.77

En los primeros años de nuestra operación como exportadores se tiene contemplado sólo satisfacer el mercado de consumo sin entrar a los productos institucionales (centros comerciales, etc.) que se dejan para una etapa posterior.

En virtud de la pequeñez de nuestras ventas en el mercado estadounidense, no se anticipa ninguna reacción importante de nuestros competidores, pudiendo posicionarnos como producto de buen precio y buena calidad en un horizonte de 5 años, cuando pretendamos exportar 60 mil dólares y detentar alrededor del 0.04% del total de importaciones de este tipo de productos.

Estimado pues, en un horizonte quincenal, ventas anuales del orden de 30 mil dólares y de 60 mil para el mercado de Estados Unidos.

Por estar cabalmente enterados de las reglamentaciones aplicables a este tipo de productos y estar en posibilidad de cumplirlas de manera integral, no se prevé ningún tipo de riesgo mayor que pudiere truncar con nuestro proyecto. Empero se deberá estudiar cuidadosamente el mercado para detectar a tiempo cualquier corriente adversa en el macro entorno, la opinión pública o nuestros clientes y consumidores a fin de adecuar nuestra oferta a la mejor satisfacción de sus expectativas y necesidades.

4.2 Competitividad de la empresa y su producto en el mercado meta seleccionado

El reciente incremento en la producción proveniente de Asia y la presión de productores y compradores estadounidenses, hace que las Compañías manufactureras en México busquen una modernización de los métodos productivos, mayor especialización e intensidad de mano de obra, uso de

procesos más sofisticados, en lo cual se incluye una necesidad en cubrir ciertos requisitos tales como:

- a) Esfuerzo para lograr eficiencia en la manufactura de clase mundial
- b) Avance en los sistemas de manufactura por computadora, que han ayudado a automatizar las tareas y convertirlo en sistema productivo lo que requiere decir mayor tecnología, equipos para pruebas de onda dual por televisión, maquinaria controlada por computadora, etc.
- c) Ventajas competitivas en la adherencia del estándar de calidad ISO 9000 y 9001.
- d) Esforzarse por cumplir con los tiempos de entrega con una política de justo a tiempo, ya que la relación de producción entre proveedor y comprador ha ido incrementándose.
- e) Visita de ferias y exposiciones internacionales para comparar calidades, tipo de servicios, estándares de producción, innovaciones tecnológicas y tendencias de mercado.

Por el costo de flete, la amplitud del mercado y aprovechando el TLCAN; se considera más conveniente el mercado norteamericano a corto plazo.

Como puede observarse, Estados Unidos representa casi el 100 del mercado exportable por lo que debido a las facilidades presentadas en el TLCAN con conviene iniciar la exportación hacia este mercado.

Características del Mercado

México realiza la mayor parte de su comercio con los Estados Unidos que es a su vez, el mayor consumidor de plásticos en el ámbito mundial, siendo sus principales competidores en ese mercado los países asiáticos.

Estadísticas de las exportaciones mexicanas en esta industria

Cuadro No.5 Principales países de exportación

Valor acumulado de enero a julio de 2000 en dólares americanos

País	Exportaciones	%
Estados Unidos de América	21,770,718	94
Otros Países	1,305,406	6
Total exportado	23,076,124	100

En el TLCAN se negoció este sector de la siguiente forma:

Las manufacturas de materias plásticas (171 fracciones), están clasificadas dentro de la tarifa del impuesto general de importación en el capítulo 39, partidas 39.16 y 39.26.

Reglas de Origen Específicas - Bolsas de Plástico

Rango Requisito

3923.29 "Salto" tarifario ¹ de cualquier otra partida, excepto de la subpartida 3920.20 ó 3920.71. Además debe cumplir con un contenido regional calculado por cualquiera de los dos métodos.²

El producto que pretendemos exportar, de acuerdo con el calendario de desgravación arancelaria para el año 2003

Preferencias para México

Para recibir los beneficios del TLCAN, hay que comprobar que el producto es originario de la región de Norteamérica, es decir originario de México, Estados Unidos o Canadá; esto se logra con la presentación del certificado de origen del TLCAN. La mayoría de los productos plásticos provenientes de México fueron liberados de arancel a partir de la entrada en vigor del TLCAN en enero de 1994 y dependiendo de la categoría que guarde cada producto, éste pagará su respectivo arancel. Se puede confirmar la categoría de liberación arancelaria de cada producto en el manual de fracciones arancelarias y plazos de desgravación para el TLCAN.

Cuadro No.6 Fracción arancelaria de importación 39232901

Cap.: **39** Materias plásticas y manufacturas de estas materias. Desechos, recortes y desperdicios; semiproductos; manufacturas.

Part.: **3923** Artículos para el transporte o envasado, de plástico; tapones, tapas, cápsulas y demás dispositivos de cierre, de plástico.

- Sacos (bolsas), bolsitas y cucuruuchos:

Subp. **392329** -- De los demás plásticos.

¹ El "salto" tarifario o arancelario se refiere a un cambio hacia ese rango, a nivel partida o subpartida (4 o 6 dígitos), de otra partida o subpartida, especificadas o no.

² 60% cuando se utilice el método de valor de transición o 50% cuando se utilice el método de costo neto.

Fra.: **39232901** Fundas, sacos y bolsas, para envase o empaque.

Unidad de medida: Kg

Arancel NMF: 18

Aranceles TLCs

País:	EE.UU.
Arancel vigente:	4.5
Nota:	
Descripción de notas a aranceles TLCs	
Nota	Descripción
NVE	ARTICULO 22. La importación de mercancías originarias de la región conformada por México descritas en este artículo, comprendidas en las fracciones arancelarias identificadas con el código "NVE" bajo el rubro "Nota" en el Apéndice, estarán sujetas al arancel preferencial que se establece a continuación, únicamente cuando se trate de la modalidad de la mercancía que se indica:
	Vigente: Hasta el 31 de diciembre de 2002.

El mercado de plástico en Estados Unidos es el más grande del mundo, debido a la amplitud de la demanda doméstica, la disponibilidad de capital y tecnología, así como los costos de materia prima y energía relativamente baratos. Según datos de la Universidad de Maryland, Texas presenta el mercado más grande de producción de materias primas y resinas de plástico con el mayor nivel de empleados, debido principalmente a que la mayor parte de la industria petroquímica se encuentra en esta región. California y Ohio, después de Texas, tienen los mayores índices de empleo en la producción de productos plásticos misceláneos; mientras que Michigan está a la vanguardia en el moldeo plástico. La comercialización de plásticos terminados se tiene casi en cualquier parte del territorio de Estados Unidos, es por ello que California, el Estado más poblado de Estados Unidos, es el primero en esta categoría.²⁰

Importaciones de Estados Unidos provenientes de México

México se ha convertido en el segundo socio comercial más importante para Estados Unidos particularmente en el intercambio comercial de productos plásticos. Las exportaciones mexicanas de plásticos que destacan por su valor en dólares son:

- Polímeros de propileno con una participación de mercado de 8.28% en 1999 con respecto a otros exportadores a Estados Unidos
- Polímeros de estireno con un incremento en sus exportaciones de 38% en 1999 con respecto a su año inmediato anterior.
- Poliacetales y demás poliésteres presentando el mayor nivel de exportaciones mexicanas para este capítulo con un total de USD 80.01 millones y, por ende, colocándose con el mayor nivel de demanda de plásticos mexicanos, ocupando así el tercer lugar a nivel mundial como socio comercial de Estados Unidos.
- Artículos para el transporte o envasado, tapones y tapas con un total de USD 81 millones, ocupando el cuarto lugar como país exportador con respecto al resto del mundo compitiendo así con países como Canadá, China y Taiwan.

El consumo de productos plásticos sin duda cambia de país en país. Los países en desarrollo están más orientados a la agricultura, y a la producción de bienes no durables y de construcción, con un gran manejo de películas de poliolefina y tubo que se está comenzando a producir. Los países industrializados, representados por Estados Unidos, Canadá, Europa y Japón, requieren de más partes de inyección de molde para bienes durables, así como también la expansión del poliestireno y otros materiales de empaque que van asociados.

²⁰ Perfil del Plástico en Medio Oeste, Estados Unidos, Bancomext, Pags, 12,13

Históricamente la demanda del plástico ha sido fuertemente influenciada por factores macroeconómicos que varían de país en país y de región en región. Estos factores incluyen, entre otros, el nivel de ingreso per cápita y los gastos en el consumo personal. Sin embargo, independientemente de las variables antes mencionadas, los plásticos son usados virtualmente en cada sector de la economía, esto se debe a los bajos costos de transformación, la competitividad y sustitución por materiales naturales.

Los productos de plástico que tienen mayor demanda son:

a) Empaque, ocupando el primer lugar, con productos tales como:

Bolsas

Botellas

Contenedores

Tapones

Productos para el empaclado

b) Construcción, que ocupa el segundo lugar:

Tubos y accesorios de tubería

Juntas, codos, empalmes

Barras, perfiles, conductos

c) Electrónicos:

Productos eléctricos y electrónicos

Artículos electrodomésticos

Artículos de comunicación y oficina

El siguiente cuadro refleja la demanda final de los sectores que más requieren de la industria del plástico. En él se identifican los bienes que tienen un mayor contenido de plástico. La primer columna muestra la producción total de cada industria en millones de dólares; por ejemplo, la industria de productos misceláneos plásticos muestra haber producido USD 7,913 millones en productos en 1996, la segunda columna muestra el costo invertido en el contenido de los productos plásticos de cada industria en millones de dólares, la tercer columna muestra el porcentaje de contenido de plástico de los productos plásticos.

Cuadro No. 7 Demanda final de los sectores que más requieren de la industria del plástico

Industria	Demanda Final	Contenido de plástico (millones dlls)	% de plástico
Productos misceláneos Plásticos	7,913	8,529	107.8
Componentes electrónicos	12,188	1,932	15.9
Aparatos de teléfono y telégrafo	20,817	2,543.2	12.2
Preparaciones de alimentos	21,201	2,114	10.0
Bebidas Embotelladas	25,968	2,400	9.2

Fuente: Bancomext.gob

El producto en cuestión se encuentra localizado en el sector misceláneo, sin embargo, éste presenta usos múltiples.

Las principales ventajas que se tienen para la producción y exportación del producto a E.U.A. son las siguientes:

Tratado de Libre Comercio
Mano de Obra barata
Posición Geográfica
Materia prima al alcance del país
Experiencia en la industria

4.3 Canales de Comercialización

Los componentes de plástico se encuentran en una variedad de productos finales, los cuales son eventualmente importados por particulares, negocios o agencias gubernamentales.

Existen varias maneras de identificar los canales de comercialización de plásticos y también de evaluar su importancia en los mercados finales. Por lo regular, el primer paso hacia los mercados finales incluye ventas de resinas a los mercados intermedios. Un modelo algorítmico conocido como "Inforum" nos da las herramientas para seguir su venta hasta el usuario final, ya sea un consumidor de papel de plástico para envolver comida, un negocio que compra maquinaria, o una agencia gubernamental que compra computadoras. Estos usos finales se pueden catalogar fácilmente usando los capítulos llamados NIPA (Categorías Nacionales de Ingreso y Producto) y designados por la Oficina de Análisis Económico (U.S. Bureau of Economic Analysis).

Capítulos NIPA

1. Consumo personal
2. Nueva construcción
3. Estatal y local
4. Uso militar

5. Uso no militar

6. Insumos para proveedores e inventario

Según un análisis de la Universidad de Maryland, en 1996 la distribución de productos plásticos entre los capítulos NIPA se realizó de la siguiente forma: la categoría de "consumo personal" que incluye un gran porcentaje de los gastos de particulares, ocupa el primer lugar. Los insumos para proveedores e inventario, que representa el expendio por negocios en equipo y otros materiales y adiciones a inventario, ocupa el segundo lugar.

Cuadro No. 8 Distribución de los productos plásticos

Concepto	Porcentaje
1. Consumo personal	69.1
2. Nueva construcción	17.3
3. Estatal y local	8.8
4. Uso militar	2.3
5. Uso no militar	1.8
6. Insumos para proveedores e inventario	0.7
Total	100.0

Según dicho estudio, el porcentaje de plásticos consumido por el sector de servicios con énfasis en el sector médico y servicios de negocios de oficina, ha experimentado un alto crecimiento. Con más de 30% de plásticos consumidos, actualmente por el sector de servicios, las compañías del sector plástico están cambiando sus estrategias de comercialización y distribución. Por otro lado, esta tendencia podría eliminar de alguna manera el consumo cíclico de plásticos, dado que el sector de servicios tiende a ser menos cíclico que el manufacturero.

Márgenes de Intermediación

Por la variedad de productos y servicios relacionados con esta industria, los márgenes de intermediación varían en gran medida, es decir, este sector no se comporta como otras industrias, en donde los márgenes de intermediación se encuentran bien definidos.

Canal Seleccionado

Debido a que el perfil del cliente que se tiene es principalmente las comercializadoras este canal automáticamente distribuye al usuario final a través de tiendas departamentales o pedidos específicos.

4.4 Determinación del precio de exportación y los Incoterms

El establecimiento del precio es de suma importancia, pues influye en la percepción del consumidor final sobre el producto o servicio. Nunca se debe olvidar a qué tipo de mercado se orienta el producto. Debe conocerse si lo que busca el consumidor es calidad, sin importar mucho el precio, o si el precio es una de las variables de decisión principales. En muchas ocasiones, una errónea fijación del precio es responsable de la falta de demanda de un producto.

Las políticas de precios de una empresa anticipan la forma en que se comportará la demanda. Es importante considerar el precio de introducción en el mercado, los descuentos por compra en volumen o pronto pago, las promociones y comisiones, los ajustes de acuerdo con la demanda y otros aspectos.

Una empresa puede decidir entrar al mercado con un alto precio de introducción; con un precio bajo en comparación con el de la competencia; o bien, no buscar mediante el precio una diferenciación de su producto y, por lo tanto, ingresar con un precio cercano al de la competencia.

Las ventajas y desventajas de cualquiera de las tres opciones se deben analizar y cubrir en todos los casos los costos en que incurra la empresa, sin olvidar los márgenes de ganancia que esperan percibir los diferentes elementos del canal de distribución.

El precio de una bolsa de plástico (o de un producto en general) es una variable relacionada con otros tres elementos de la mezcla de mercadotecnia: plaza, publicidad y producto.

Es recomendable establecer políticas claras en cuanto a descuentos por pronto pago, y compras por volumen, así como en materia de promociones, ya que éstas constituyen parte importante de la negociación con los clientes potenciales y/o distribuidores. Otro aspecto relevante es considerar si la empresa pagará a sus vendedores, si los hay, alguna comisión por el volumen de ventas, y qué proporción representarán éstas del monto total de sus percepciones.

Determinación del precio de exportación

A continuación se muestran, los diversos componentes para la estimación de los costos fijos y variables.

Precios de exportación por kilo:

Costos variables (en pesos)

Materia Prima:	3
Mano de Obra:	2
Combustibles	.5
Mantenimiento	.2
Insumos	.5
Acarreos	.2
Total	6.4

Costos fijos (en pesos)

Renta	.4
Luz	.2
Agua	.1
Teléfono	.1
Gas	.4
Gasolina	1
Sueldos	1
Publicidad	.4

Impuestos sociales .2

Total 3.8

Costo antes de
fletes e impuestos
(en pesos) 10.2

Margen deseado 30%

**Precio antes
de costos de
exportación
(en pesos) 13.2**

Fletes 4

Gastos aduanales 4

Embalaje de
Exportación 2

**Precio Final
(en pesos) 23.2**

En la fijación de precios se deben considerar los siguientes objetivos:

- Conseguir beneficios sobre la inversión o sobre las ventas netas
- Ganar una determinada participación en el mercado
- Evitar, soportar o seguir a la competencia
- Obtener la máxima ganancia posible

Conseguir beneficios sobre la inversión es un objetivo a largo plazo, pero obtener ganancias sobre las ventas netas es un objetivo a corto plazo y debe perseguirse de inmediato.

Al entrar a un mercado externo, se debe empezar a ganar una proporción de éste que permita un volumen de ventas adecuado a la escala de producción en la planta; el precio introductorio debe ser competitivo para ese fin.

La competencia tratará de obstaculizar las ventas de la nueva fábrica, explotando sus ventajas.

Los precios que se fijen también tendrán que cubrir los costos y lograr la mayor ganancia posible. Fijar precios es una tarea compleja a causa del gran número de variables que influyen en esa decisión.

Debido a las facilidades otorgadas y por el tipo de producto a manejar se decidió utilizar DAF sin embargo la negociación con cada cliente podría determinar un Incoterm diferente.

4.5 Recursos de la mercadotecnia internacional

Los recursos de la mercadotecnia internacional que se emplearán

Para lograr posicionar nuestro producto se necesitan recursos de mercadotecnia que se deberán mantener presentes como políticas, estos recursos nos ayudaran a mantener nuestro conocimiento del medio (precio y producto) y a ser competitivos en el mercado meta.

A continuación se mencionan los recursos de la mercadotecnia internacional que se utilizan

Ferias y exposiciones

Centro de Exposiciones de Chicago Illinois

Es el evento más grande del mundo del sector del plástico, se lleva a cabo en el mes de junio, cada tres años.

Misiones

Las consejerías de Estados Unidos ofrecen al exportador mexicano la oportunidad de realizar agendas de trabajo e incluso misiones comerciales a ese país.

Para competir en ferias y exposiciones nuestro producto deberá mantener en todo momento la mezcla de mercadotecnia que fue planteado por Philip Kotler y se refiere a las 4 “pes” :

Producto: (necesidades y deseos de los consumidores)

Precio. (el costo para los consumidores)

Plaza: (la conveniencia para los consumidores)

Promoción: (la comunicación con los consumidores)

En el caso de las Bolsas de Plástico y como se ha mencionado en el análisis FODA nuestro producto compite en el mercado meta señalado principalmente por precio.

4.6 Documentación y trámites aduaneros del producto

Documentos y trámites de exportación

En general la exportación de artículos de plástico a Estados Unidos involucra los siguientes documentos:

1. Factura comercial

La factura debe ser elaborada en inglés o acompañada por una traducción al español, en original y seis copias con firma autógrafa. Cuando la factura comercial contiene diferentes productos, se requiere una lista de empaque elaborada en original y seis copias que describan exactamente el tipo de empaque y embalaje utilizados, así como el peso y volumen de la mercancía. La lista de empaque se utiliza como complemento de la factura comercial y se entrega al transportista.

2. Certificado de origen del TLCAN

Los exportadores que deseen aprovechar las tarifas preferenciales del TLCAN y evitar cuotas y restricciones no arancelarias, deben obtener el certificado de

origen para el TLCAN. El importador debe tenerlo en su poder al momento de formular la declaración de importación. Este formato puede adquirirse en la Secretaría de Economía, su reproducción es libre y no requiere certificación de autoridad alguna en el país de origen.

3. Guía de embarque

Este documento es expedido por la Compañía transportista, en original y seis copias, el cual indica que la mercancía ha sido embarcada con un destino especificado por el exportador.

4. Pedimento aduanal

Quienes exporten mercancías están obligados a presentar en la aduana un pedimento de exportación, en la forma oficial aprobada por la SHCP, por conducto de un agente o apoderado aduanal.

5. Lista de empaque

Este permite a todos los personajes que establecerán contacto con la mercancía identificar a la misma, saber que contiene cada bulto y verificar que coincida con la descripción de la factura. En cada bulto o caja se deben anotar claramente los números y marcas que lo identifiquen, mismos que se deben relacionar en la factura. Esta lista de empaque que debe elaborar en original y seis copias, es un complemento de la factura comercial y debe ser entregada a la empresa transportista.

6. Pedimento de exportación

Este debe ser presentado en la forma oficial aprobada por la SHCP ante la aduana correspondiente, por medio de un agente o apoderado aduanal que

designe formalmente la empresa. En los casos en que así se requiera, el pedimento debe incluir la firma electrónica que demuestre el descargo total o parcial del permiso de exportación cuando sea el caso. Al pedimento se debe anexar:

- a) La factura comercial
- b) Los documentos que comprueben el cumplimiento de las regulaciones no arancelarias

Regulaciones no arancelarias

Para introducir a Estados Unidos artículos plásticos, no existen ninguna restricción en el caso de tratarse de productos plásticos terminados. En caso de que exista alguna restricción será para aquellos productos que se traten de introducir como material no procesado y que, de este modo, contenga gases tóxicos o sustancias químicas que van a requerir de una acreditación especial para su introducción.

La ley aduanera requiere que los contenedores de plástico desde 8 onzas a 5 galones sean:

- a) reciclados a un grado de 25%
- b) elaborados con un contenido post-consumo de 25%
- c) reusables o que se puedan rellenar

Para productos plásticos, se requiere además que las resinas tengan impresas el código de identificación de reciclado con el fin de que el proceso de reciclado sea más eficiente.

El exportador mexicano deberá presentar en la aduana de EUA la certificación necesaria que el productor cumple con los requerimientos de la Ley de Control

de Substancias Tóxicas. Sin este documento se impedirá la entrada del producto a EUA hasta que el documento sea presentado. Para obtener este certificado se deberá contactar al Servicio de Análisis Químico de EUA.

4.7 Logística y embalaje

Embalaje

Aunque el plástico no es un producto frágil, va a tener que cubrir ciertos requisitos al momento de la transportación. Esto dependerá del medio por el cual se va a transportar y la compañía que lo transporte. Hay que indicar la cantidad de productos que tiene cada caja, fardo y poner las marcas y números en cada empaque e indicar en la factura, al lado del detalle de las mercancías, los números y marcas de los bultos que contienen dichas mercancías.

Aclaraciones

El exportador mexicano debe asegurarse de que el importador en Estados Unidos le facilite la información pertinente relativa a la forma de empacar el producto, las marcas, etiquetado, etc. y se tomen las medidas necesarias para la internación de las mercancías en los Estados Unidos.

Tipo de transporte y costo de flete

No existen obstáculos para exportar productos a Estados Unidos, ya que se cuenta con una magnífica red de transporte aéreo, fluvial, terrestre y ferroviario. El 85% de los productos que se exportan de México a EU ingresan por vía terrestre y se estima que los ferrocarriles y los camiones de carga transportan más de 70 millones de toneladas de manufactura en general al año. Es

recomendable enviar la mercancía asegurada desde la fábrica por contenedor (ya sea consolidado o completo) vía terrestre desde México utilizando trailer o camión y después de pasar aduanas, enviar la mercancía por tren. Este servicio es muy económico y eficiente en Estados Unidos.

El mayor problema al que se enfrenta el transporte para este tipo de productos es en su mayoría el costo del flete, ya que el peso del producto es mínimo, pero el espacio es voluminoso. Esto debe tomarse en cuenta para las cotizaciones de producto puerta-puerta (DDP). Las cotizaciones de transporte varían por destino, peso y volumen de la mercancía. Se realizó una cotización de transporte con la empresa "Roadway Express" que puede servir como ejemplo base para obtener cifras aproximadas de costo de transporte y seguro, obteniéndose la siguiente información:

Cd. México- Tijuana:

Cuota por milla: USD 1.15

Valor declarado no excedente: USD 0.70 por libra por paquete

Precio mínimo: USD 621.60 PPD

Capacidad 100%, trailer de 28 pies de largo, peso mínimo permitido 7,500 libras

El medio de transporte a utilizar para la transportación de las Bolsas de Plástico será terrestre bajo las condiciones arriba indicadas.

Normas de Etiquetado

Para los productos plásticos que se destinan para consumo final, el Gobierno de Estados Unidos requiere que las resinas tengan impresas el código de identificación de reciclado, con el fin de que el proceso de reciclado sea más

eficiente. Si el producto es una materia para ser utilizada en procesos subsecuentes, no se requiere etiqueta específica. Si el producto se destina al consumo final, dependiendo del tipo de producto, deberá cumplir con las regulaciones de etiquetado de la Comisión Federal de Comercio de Estados Unidos.

En el caso de Bolsas de Plástico destinadas al uso de supermercados o bolsas de basura utilizadas en casa, cada bolsa deberán contener una leyenda que especifique el riesgo de muerte por asfixia, el nombre del productor, la patente (en su caso), el triángulo correspondiente al número de reciclado y el país de origen del producto.

Ejemplo:

WARNING: To avoid danger of suffocation, keep this plastic bag away from babies and children. XXXXXXXXX R. US Patent No. XXXXXXXXX Made in México
S71 HDPE2

4.8 Formas de pago

Medios de pago internacional y el que se empleará

Existen varias formas para recibir o realizar el pago de mercancías, las cuales son:

Cheques

Giro Bancario

Orden de pago (transferencia de fondos)

Cobranzas bancarias internacionales (a través del banco)

Cartas de crédito (se aplica al caso)

Este es uno de los aspectos más importantes de las operaciones de comercio exterior. Existen varias formas para recibir o realizar el pago de mercancías: cheques, giros bancarios, órdenes de pago, cobranzas bancarias internacionales y cartas de crédito.

Para llevar a cabo la negociación se solicitará el pago al momento de entregar la mercancía y a la vista contra documentos.

Antes de realizar la exportación se verificará como política de la empresa que el cliente a exportar sea de reconocido prestigio en el ramo y cuya solvencia económica esté comprobada.

Debido a que se trata de una empresa pequeña no se tiene contemplado solicitar ningún financiamiento en el próximo año sin embargo en caso de que las exportaciones que se tienen planeadas para los próximos 3 años se lleven a cabo sin contratiempos la empresa solicitará un crédito de 250 mil dólares, si disponemos de los recursos humanos capacitados y experimentados que garanticen el éxito de nuestros propósitos.

CONCLUSIONES

México en los últimos años se ha convertido en una de las economías cuyo valor de exportaciones (y de importaciones) se ha incrementado dramáticamente derivado principalmente por su incorporación en forma rápida y a la vez precipitada, al mercado de libre comercio mundial. Algunos sectores industriales fueron severamente afectados en relación con las empresas que cerraron sus operaciones o en el mejor de los casos, en las empresas que fueron adquiridas por Compañías de mucho mayor tamaño a nivel mundial.

La industria de los plásticos en México se encuentra en un proceso de renovación tecnológica y depende de la presencia que se tenga en el mercado local para obtener los recursos necesarios para alcanzar esta renovación.

La empresa que se presenta en esta tesina tiene la salud financiera suficiente para lograr que sus productos se exporten y compitan en el mercado internacional utilizando adecuadamente sus ventajas competitivas.

Considerando lo anterior, el proyecto aquí presentado logra reflejar los principales obstáculos que se presentan para lograr la exportación de Bolsas de Plástico a Estados Unidos mismos que tienen que ver con mercado, precio y distribución.

Para cualquier empresa que desee exportar sus productos y desee tomar como base el presente trabajo, se deberá tomar en cuenta que las condiciones regulatorias pueden cambiar con el transcurso del tiempo, sin embargo las condiciones básicas para la presentación de un producto podrán ser perfectamente identificadas y tomadas como guía.

La Exportación de las bolsas de plástico a Estados Unidos es posible tomando en cuenta que se posee una base sólida en el mercado local y que se podrían contar con alianzas en el mercado meta.

BIBLIOGRAFÍA

Ayau Cordón Manuel F., El proceso Económico, Editorial Diana, México, 1994, Pags. 4.1, 4.2, 4.3, 4.4, 4.5

<http://www.Se-snci.gob.mx/arancom/enc.htm>, 2003, México

<http://www.rcci.net/globalización/fg016.htm>

Bancomext., Perfil del Plástico en Estados Unidos, México 2003

Bancomext, Tratado de Libre Comercio de América del Norte, Manufacturas de Materias Plásticas. Mayo México, 1994

SE, Bolsas de Polietileno, Editorial Porrúa, México, 2003

Bancomext, Guía Básica del Exportador, México, 2003

Carlos Morales Troncoso, Plan de Exportación, Prentice Hispanoamericana, S.A. de C.V., México, 2000

Negocios Internacionales, Marzo 2001, México, Pag 34 y 35

ANEXOS

Ejemplos de:

- Certificado de origen
- Hoja de costos
- Pedimento
- Términos internacionales de comercio

- Flujograma básico de la exportación

Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN)

TRATADO DE LIBRE COMERCIO DE AMERICA DEL NORTE CERTIFICADO DE ORIGEN (Instrucciones al Reverso)																													
1. Nombre y Domicilio del Exportador: Número de Registro Fiscal:			2. Periodo que cubre: De: <table style="display: inline-table; border: 1px solid black; text-align: center; width: 60px;"> <tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr> <tr><td>D</td><td>D</td><td>M</td><td>M</td><td>A</td><td>A</td></tr> </table> A: <table style="display: inline-table; border: 1px solid black; text-align: center; width: 60px;"> <tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr> <tr><td>D</td><td>D</td><td>M</td><td>M</td><td>A</td><td>A</td></tr> </table>									D	D	M	M	A	A							D	D	M	M	A	A
D	D	M	M	A	A																								
D	D	M	M	A	A																								
3. Nombre y Domicilio del Productor: Número de Registro Fiscal:			4. Nombre y Domicilio del Importador: Número de Registro Fiscal:																										
5. Descripción del (os) bien(es):	6. Clasificación Arancelaria	7. Código para uso preferencial	8. Proveedor	9. Coste Neto	10. País de Origen																								
Declaro bajo protesta de decir verdad que: -La información contenida en este documento es verdadera y exacta, y me hago responsable de comprobar lo aquí declarado. Estoy consciente que seré responsable por cualquier declaración falsa u omisión hecha o relacionada con el presente documento. -Me comprometo a conservar y presentar, en caso de ser requerido, los documentos necesarios que respalden el contenido del presente certificado, así como a notificar por escrito a todas las personas a quienes haya entregado el presente certificado, de cualquier cambio que pudiera afectar la exactitud o validez del mismo. -Los bienes son originarios y cumplen con los requisitos que les son aplicables conforme al Tratado de Libre Comercio de América del Norte, y no han sido objeto de procesamiento ulterior o de cualquier otra operación fuera de los territorios de las Partes, salvo en los casos permitidos en el artículo 411 o en el Anexo 401. Este certificado se compone de _____ hojas, incluyendo todos sus anexos.																													
11. Firma Autorizada:			Empresa:																										
Nombre:			Cargo:																										
Fecha: <table style="display: inline-table; border: 1px solid black; text-align: center; width: 60px;"> <tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr> <tr><td>D</td><td>D</td><td>M</td><td>M</td><td>A</td><td>A</td></tr> </table>								D	D	M	M	A	A	Teléfono:		Fax:													
D	D	M	M	A	A																								

**TRATADO DE LIBRE COMERCIO DE AMÉRICA DEL NORTE
INSTRUCCIONES PARA EL LLENADO DEL CERTIFICADO DE ORIGEN**

Con el propósito de recibir trato arancelario preferencial, este documento deberá ser llenado en forma legible y en su totalidad por el exportador del bien, y el importador deberá llenarlo en su poder al momento de formular el pedimento de importación. Queda a elección del productor llenar de manera voluntaria este documento, a fin de que sea utilizado por el exportador del bien. Favor de llenar a máquina o con letra de molde.

Campo N°. 1: Indique el nombre completo, denominación o razón social, domicilio (incluyendo el país) y el número del registro fiscal del exportador. El número del registro fiscal será:
En Canadá: el número de identificación del patrón o el número de identificación del importador/exportador, asignado por el Ministerio de Ingresos de Canadá.
En México: la clave del registro federal de contribuyentes (R.F.C.)
En los Estados Unidos de América: el número de identificación del patrón o el número del seguro social.

Campo N°. 2: Deberá llenarse sólo en caso de que el certificado ampare varias importaciones de bienes idénticos a los descritos en el Campo 5, que se importen a algún país Parte del Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN) en un período específico no mayor de un año (período que cubra). La palabra «En» deberá ir seguida por la fecha (Día/Mes/Año); a partir de la cual el Certificado ampara el bien descrito en el Certificado. (Esta fecha puede ser anterior a la fecha de firma del Certificado). La palabra «A» deberá ir seguida por la fecha (Día/Mes/Año) en la que vence el período que cubre el Certificado. La importación del bien sujeto a trato arancelario preferencial con base en este Certificado deberá efectuarse durante las fechas indicadas.

Campo N°. 3: Indique el nombre completo, denominación o razón social, domicilio (incluyendo el país) y el número de registro fiscal del productor, tal como se describe en el campo 1. En caso de que sea utilizado ampare bienes de más de un productor, anexe una lista de los productores adicionales, incluyendo el nombre completo, denominación o razón social, domicilio (incluyendo el país) y número de registro fiscal, haciendo referencia directa al bien descrito en el campo 5. Cuando se desee que la información contenida en este campo sea confidencial, podrá señalarse de la siguiente manera: «responsable a solicitud de la aduana». En caso de que el productor y el exportado sea la misma persona, indique la palabra «misma». En caso de desconocerse la identidad del productor, indique la palabra «desconocido».

Campo N°. 4: Indique el nombre completo, denominación o razón social, domicilio (incluyendo el país) y el número de registro fiscal del importador, tal como se describe en el campo 1. En caso de no conocerse la identidad del importador, indique la palabra «desconocido». Tratándose de varias importaciones, indique la palabra «diversas».

Campo N°. 5: Proporcione una descripción completa de cada bien. La descripción deberá ser suficiente para relacionarla con la descripción contenida en la factura, así como con la descripción que corresponde al bien en el Sistema Armonizado. En caso de que el Certificado ampare una sola importación de bien, deberá indicarse el número de factura, tal como aparezca en la factura comercial. En caso de desconocerse, deberá indicarse otro número de referencia único, como el número de orden de embarque.

Campo N°. 6: Declare la clasificación arancelaria a seis dígitos que corresponde en el Sistema Armonizado a cada bien descrito en el campo 5. En caso de que el bien esté sujeto a una regla específica de origen que requiera ocho dígitos, de conformidad con el Anexo 401, deberá declararse a ocho dígitos la clasificación arancelaria del Sistema Armonizado que corresponde en el país a cuyo territorio se importa el bien.

Campo N°. 7: Identifique el criterio aplicable (de la A a la F) para cada bien descrito en el campo 5. Las reglas de origen se encuentran en el capítulo 4 en el Anexo 401 del TLCAN (criterios aplicables en el Anexo 703.2 (determinados productos agropecuarios), artículo 6A del Anexo 302.2 (determinados productos textiles) y Anexo 308.1 (determinados bienes para procesamiento automático de datos y sus partes)).
NOTA: Para poder gozar del trato arancelario preferencial, cada bien deberá cumplir alguna de las siguientes reglas.

Criterios para trato preferencial:

- A. El bien es «obtenido en su totalidad o producido enteramente» en el territorio de uno o más de los países partes del TLCAN, de conformidad con el artículo 415. **NOTA:** La compra de un bien en el territorio de un país del TLCAN no necesariamente lo convierte en obtenido en su totalidad o producido enteramente. Si el bien es un producto agropecuario, véase el criterio F y el Anexo 703.2 (Referencia: Artículo 401(b)).
- B. El bien es producido enteramente en el territorio de uno o más de los países partes del TLCAN y cumple con la regla específica de origen establecida en el Anexo 401, aplicable a su clasificación arancelaria; la regla puede incluir un cambio de clasificación arancelaria, un requisito de valor de contenido regional o una combinación de ambos. El bien debe cumplir también con todos los demás requisitos aplicables del capítulo IV. En caso de que el bien sea un producto agropecuario, véase también el criterio F y el Anexo 703.2 (Referencia: Artículo 401(b)).
- C. El bien es producido enteramente en territorio de uno o más de los países partes del TLCAN exclusivamente con materiales originarios. Bajo esta opción, uno o más de los materiales puede no estar incluido en la definición de «obtenido en su totalidad o producido enteramente», conforme al Artículo 415. Todos los materiales usados en la producción del bien deben calificarse como «originarios», al cumplir con alguna de las reglas de origen del Artículo 401(a) a (d), si el bien es producto agropecuario, véase también el criterio F y el Anexo 703.2 (Referencia: Artículo 401(c)).
- D. El bien es producido en el territorio de uno o más de los países partes del TLCAN, pero no cumple con la regla de origen aplicable establecida en el Anexo 401, porque alguno de los materiales no originarios no cumplen con el cambio de clasificación arancelaria requerido. El bien sin embargo, cumple con el requisito de valor de contenido regional establecido en el artículo 401 (c). Este criterio es aplicable únicamente a las dos circunstancias siguientes:
 - 1. El bien se importó al territorio de un país del TLCAN sin ensamblar o desensamblado, pero se clasificó como un bien ensamblado de conformidad con la regla de Interpretación 2(a) del Sistema Armonizado;
 - 2. El bien incorpora uno o más materiales no originarios clasificados como partes de conformidad con el Sistema Armonizado, que no pueden cumplir con el cambio de clasificación arancelaria porque la partida es la misma, tanto para el bien, como para sus partes, y esta no se subdivide.

NOTA: Este criterio no es aplicable a los capítulos 01 a 02 del Sistema Armonizado (Referencia: Artículo 401(d)).

E. Algunos bienes de procesamiento automático de datos y sus partes, comprendidas en el anexo 308.1, no originarios de uno o más de los países partes del TLCAN, se consideran como si fueran originarios al momento de su importación al territorio de un país parte del TLCAN procedentes del territorio de otro país parte del TLCAN, cuando la tasa arancelaria de nación más favorecida aplicable al bien se ajusta a la tasa establecida en el anexo 308.1 y es común para todos los países parte del TLCAN (Referencia Anexo 308.1).

F. El bien es un producto agropecuario originario de conformidad con el criterio para trato preferencial A, B o C, arriba mencionados, y no está sujeto a restricciones cuantitativas en el país importador del TLCAN, debido a que es un «producto clasificado» conforme al anexo 703.2, Sección A o B (favor de especificar). Un bien listado en el apéndice 703.2.B.7 está también exento de restricciones cuantitativas y tiene derecho a recibir trato arancelario preferencial, siempre que cumpla con la definición de «producto clasificado» de la Sección A del Anexo 703.2.

NOTA I: Este criterio no es aplicable a bienes que son totalmente originarios de Canadá o los Estados Unidos que se importen a cualquiera de dichos países, de conformidad con sus respectivas leyes.

Campo N°. 8: Para cada bien descrito en el campo 5, indique «SI» cuando usted sea el productor del bien. En caso de que no sea el productor del bien, indique «NO», seguido por (1), (2) o (3), dependiendo de si el certificado se basa en uno de los siguientes supuestos:
(1) Su conocimiento de que el bien califica como originario.
(2) Su confianza razonable en una declaración escrita del productor (distinta a un certificado de origen) de que el bien califica como originario; o
(3) Un certificado que ampara el bien, llenado y firmado por el productor, proporcionado voluntariamente por el productor al exportador.

Campo N°. 9: Para cada bien descrito en el campo 5, cuando el bien esté sujeto a un requisito de valor de contenido regional (VCR), indique «CN» si el VCR se calculó con base en el método de costo neto; de lo contrario indique «NO». Si el VCR se calculó de acuerdo al método de costo neto en un período de tiempo, identifique las fechas de inicio y conclusión (COMBIANA) de dicho período. (Referencia: Artículos 402.1 y 402.5).

Campo N°. 10: Indique el nombre del país («MX» o «EU») tratándose de bienes agropecuarios o textiles exportados a Canadá; «EU» o «CA» para todos los bienes exportados a México; o «CA» o «MX» para todos los bienes exportados a los Estados Unidos; si que corresponden a la tasa arancelaria preferencial, aplicable con los términos del anexo 302.2, de conformidad con las Reglas de Mercado o un lista de desgravación arancelaria en cada parte.
Para todos los demás bienes originarios exportados a Canadá, indique «MX» o «EU», según corresponda, si los bienes originan en ese país parte del TLCAN, en los términos del anexo 302.2 y el valor de transacción de los bienes no se ha incrementado en más de 7% por algún procesamiento ulterior en el otro país parte del TLCAN, en caso contrario, indique «NT» por producción conjunta (Referencia: Anexo 302.2).

Campo N°. 11: Este campo deberá ser llenado, firmado y fechado por el exportador. En caso de que el productor llene el Certificado para uso del exportador, deberá ser llenado, firmado y fechado por el productor. La fecha deberá ser aquella en que el Certificado se llenó y firmó.

Hoja de costos para exportación por vía terrestre en país de origen



BANCO NACIONAL DE COMERCIO EXTERIOR, S.N.C.
HOJA DE COSTOS PARA EXPORTACION POR VIA TERRESTRE
EN PAIS DE ORIGEN
(INCOTERMS 2000)

CONCEPTO	VALOR EN PESOS		VALOR EN DOLARES		TIEMPO DIAS
	UNITARIO	TOTAL	UNITARIO	TOTAL	
PRECIO DE EXPORTACION EN PLANTA:					
- PRECIO DE VENTA EN PLANTA					
- EMBALAJE DE EXPORTACION					
- MARCAS, NUMEROS Y ETIQUETAS					
EXW: EX WORKS (EN FABRICA) (...LUGAR DE ORIGEN)					
TRAMITACION DE DOCUMENTOS:					
- PERMISOS					
- AUTORIZACIONES					
- OPINIONES					
- CERTIFICADOS					
- VISAS					
RECOLECCION:					
- MANIOBRAS DE CARGA DE LA BODEGA DEL EXPORTADOR A LA UNIDAD DE TRANSPORTE					
- RENTA DE EQUIPO PARA MANEJO DE PIEZAS PESADAS (SI SE REQUIERE)					
- ACARREO DE LA PLANTA A LA ESTACION DE FERROCARRIL					
IMPUESTOS:					
- DE EXPORTACION (EN SU CASO)					
DESPACHO ADUANAL:					
- DOCUMENTACION					
- GASTOS COMPLEMENTARIOS ¹					
- HONORARIOS					
- FINANCIAMIENTO ²					
FCA: FREE CARRIER (LIBRE FRANCO DE PORTE)					
TRANSPORTE NACIONAL:					
- FLETE A LA ADUANA O FRONTERA DE SALIDA					
- SEGURO DE TRANSPORTE NACIONAL					
DAF: DELIVER AT FRONTIER (ENTREGADO EN FRONTERA)³					

¹ Son aquellos gastos adicionales que el Agente Aduanal puede comprobar o facturar por sí mismo (copias, trámites, fletes, cargos por trámites urgentes o fuera de horario, etc).

² Este cargo se aplicará sobre el importe que desembolsa y comprueba el Agente Aduanal para cubrir los gastos que genera la operación, el cual podrá excluirse si se anticipan dichos costos.

³ El vendedor puede entregar las mercancías FCA (Libre Franco de Porte) en cualquier punto dentro del país de origen, puede ser afuera de su fábrica, en la estación de ferrocarril, o al transportista designado previamente por el comprador, por lo que éste asume el riesgo y responsabilidad de la mercancía. La diferencia con el término DAF (entregado en frontera) reside en que en éste el vendedor asume el riesgo y responsabilidad de las mercancías hasta la frontera de entrega, mientras que en FCA sólo hasta que se entrega al transportista indicado. En ambos casos, el vendedor debe tramitar la exportación.

NOTA: ESTE FORMATO ES ÚNICAMENTE ENUNCIATIVO POR LO QUE ESTARA CONDICIONADO A LAS NECESIDADES DE CADA USUARIO RESPECTO AL CONTRATO Y/O CONTENIDO DEL INCOTERM UTILIZADO.

Hoja de costos para exportación por vía terrestre en país de destino



BANCO NACIONAL DE COMERCIO EXTERIOR, S.N.C.
HOJA DE COSTOS PARA EXPORTACION POR VIA TERRESTRE
EN PAIS DE DESTINO

(INCOTERMS 2000)

CONCEPTO	VALOR EN PESOS		VALOR EN DOLARES		TIEMPO DÍAS
	UNITARIO	TOTAL	UNITARIO	TOTAL	
TRANSPORTE:					
- FLETE (DESDE FABRICA) HASTA LUGAR CONVENIDO					
CPT: CARRIAGE PAID TO (FLETE PAGADO HASTA...) ¹					
SEGURO DE TRANSPORTE:					
- HASTA LUGAR DE DESTINO CONVENIDO					
CIP: CARRIAGE AND INSURANCE PAID TO ² (FLETE Y SEGURO PAGADO HASTA...)					
DDU: DELIVERED DUTY UNPAID ³ (ENTREGADO CON IMPUESTOS SIN PAGAR)					
TRAMITACION DE DOCUMENTOS (PAIS DE DESTINO):					
- PERMISOS					
- AUTORIZACIONES					
- OPINIONES					
- CERTIFICADOS					
- VISAS					
DESPACHO ADUANAL DE IMPORTACION:					
- DOCUMENTACION					
- GASTOS COMPLEMENTARIOS					
- HONORARIOS					
- FINANCIAMIENTO					
IMPUESTOS:					
- DE IMPORTACION (EN CASO DE ESTAR GRAVADO)					
- OTROS DERECHOS					
OTROS GASTOS:					
- CAUSADOS EN PAIS DE DESTINO					
DDP: (DELIVERED DUTY PAID) ⁴ (ENTREGADO CON IMPUESTOS PAGADOS) (LUGAR DE DESTINO CONVENIDO)					

1 El término CPT implica vender mercancías con flete incluido, por lo que el vendedor puede contratar y pagar el flete incluido desde su fábrica hasta el punto de destino de las mercancías que puede estar en el país de destino, sin obligación de vender en frontera DAF. Solamente debe cumplir con tramitar la exportación.

2 El término CIP implica vender mercancías con flete y seguro incluido, por lo que el vendedor puede contratar y pagar el flete y seguro incluido desde su fábrica hasta el punto de destino de las mercancías que puede estar en el país de destino, sin obligación de vender en frontera DAF. Solamente debe cumplir con tramitar la exportación.

3 Se excluyen los impuestos de importación y otros gastos oficiales que involuya la importación, se deberá establecer si se contempla el pago de otros impuestos como el IVA.

4 Se incluyen los impuestos de importación y otros gastos oficiales que involuya la importación, se deberá establecer si se contempla el pago de otros impuestos como el IVA.

NOTA: ESTE FORMATO ES ÚNICAMENTE INFORMATIVO POR LO QUE ESTA CONDICIONADO A LAS NECESIDADES DE CADA USUARIO RESPECTO AL CONTRATO Y/O CONTENIDO DEL INCOTERMS UTILIZADO.

Pedimento

REF: PEDIMENTO PAGINA 1 DE 2

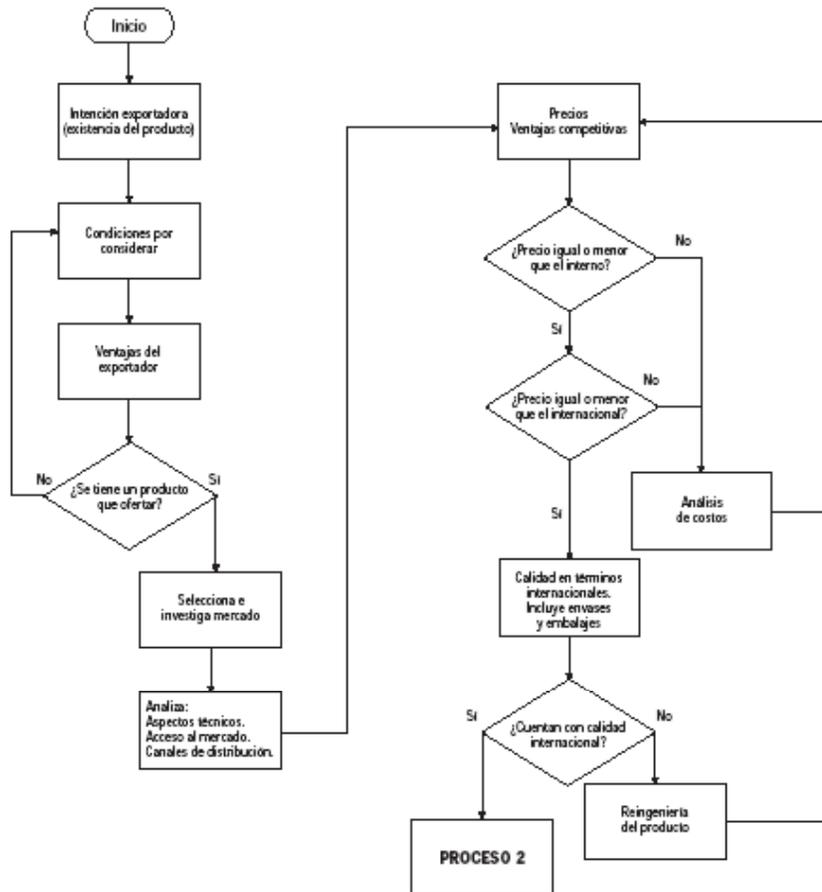
NUM. DE PEDIMENTO: 0347335130005		T. OPER: EXP		CIV. PEDIMENTO: A1		REGIMEN: EXD		CERTIFICACIONES													
DESTINO: 9		TIPO DE CAMBIO: 16.7673		PESO BRUTO: 35.063		AGUARRA ETN: 470															
MEDEO DE TRANSPORTE		VALOR DOLARES:		VALOR DOLARES:		VALOR DOLARES:															
ENTRADA/SALIDA:		ARIBEO:		SALIDA:		PRECIO PAGADO / VALOR COMERCIAL:															
07		07		04		1437.63															
DATOS DEL IMPORTADOR / EXPORTADOR																					
RFC:		NOMBRE, DENOMINACION O RAZON SOCIAL:																			
CURP:																					
DOMICILIO:																					
VAL. SUCESOR:		SEGUROS:		FLETES:		EMBALAJE:		OTROS INCREMENTALES:													
0		0		0		0		0													
ACUSE ELECTRONICO DE VALUACION:		CLAVE DE LA SECCION AGUARRERA DE DESPACHO: 470																			
SIEH/USA																					
MARCAS, NUMEROS Y TOTAL DE BULTOS:		SN		SN																	
PRESTACION:		FECHAS		TASA A NIVEL PEDIMENTO																	
31/03/2003		31/03/2003		CONTRIB. C.V.E. T. TASA TASA																	
PAGO:		31/03/2003		4		132.00															
				2		143.00															
CUADRO DE LIQUIDACION																					
CONCEPTO		E. P.		IMPORTE		CONCEPTO		E. P.		IMPORTE		EFECTIVO		TOTALES							
DIA		0		172								333									
PREV		0		181								0									
												333									
DATOS DEL PROVEEDOR O COMPRADOR																					
ID. FISCAL:		NOMBRE, DENOMINACION O RAZON SOCIAL:						DOMICILIO:		VINCULACION											
								L.A., CA. USA, CA (USA) ESTADOS UNIDOS DE AMERICA		NO											
NUM. FACTURA		FECHA		MOD. TERM.		MONEDA FACT		VAL. MON. FACT		FACTOR MON. FACT		VAL. DOLARES									
R02		27/03/2003		F08		USD		133.00		1.900000		133.00									
DATOS DEL DESTINATARIO																					
ID. FISCAL:		NOMBRE, DENOMINACION O RAZON SOCIAL:						DOMICILIO:		VINCULACION											
								L.A., CA. USA, CA (USA) ESTADOS UNIDOS DE AMERICA													
TRANSPORTE		IDENTIFICACION:						UNION AIRLINES, INC		UA168719		PAIS: USA									
NO. (OSMA/ORDER EMBARQUE)/IEC:		401-9951		M																	
PARTIDAS																					
FRACCION		SUB		WBC		MET VAL		EMC		CANTIDAD EMC		EMT		CANTIDAD EMT		FMC		FO.D			
DESCRIPCION (RENGLOS VARIABLES SEGUN SE REQUIERA)												COD:		TASA		TT		FP		IMPORTE	
VAL ADUANAL		IMP. PRECIO PAG/		VALOR COMERCIAL		PRECIO EMC.		VAL. AGREG.													
031		MAREAS		0		0		5		7		06		7		USA		USA			
LAMPARAS DE PARED												ISE:		0.00		1		0		0	
75.25		011		115.8574								ISA:		0.00		1		0		0	
DECLARACIONES A NIVEL PARTIDA																					
AGENTE Aduanal, APODERADO Aduanal o DE ALMACEN												DECLARO BAJO PROTESTA DE DECIR VERDAD, EN LOS TERMINOS DE LO DISPUESTO POR EL ARTICULO 81 DE LA LEY Aduanera; PATENTE O AUTORIZACION:									
NOMBRE O RAZ. SOC.:		CURP:										FIRMA/AUTOGRAFIA									
RFC:																					
TERCERA COPIA: APODERADO O AGENTE Aduanal												DESTINO / ORIGIN: INTERIOR DEL PAIS									



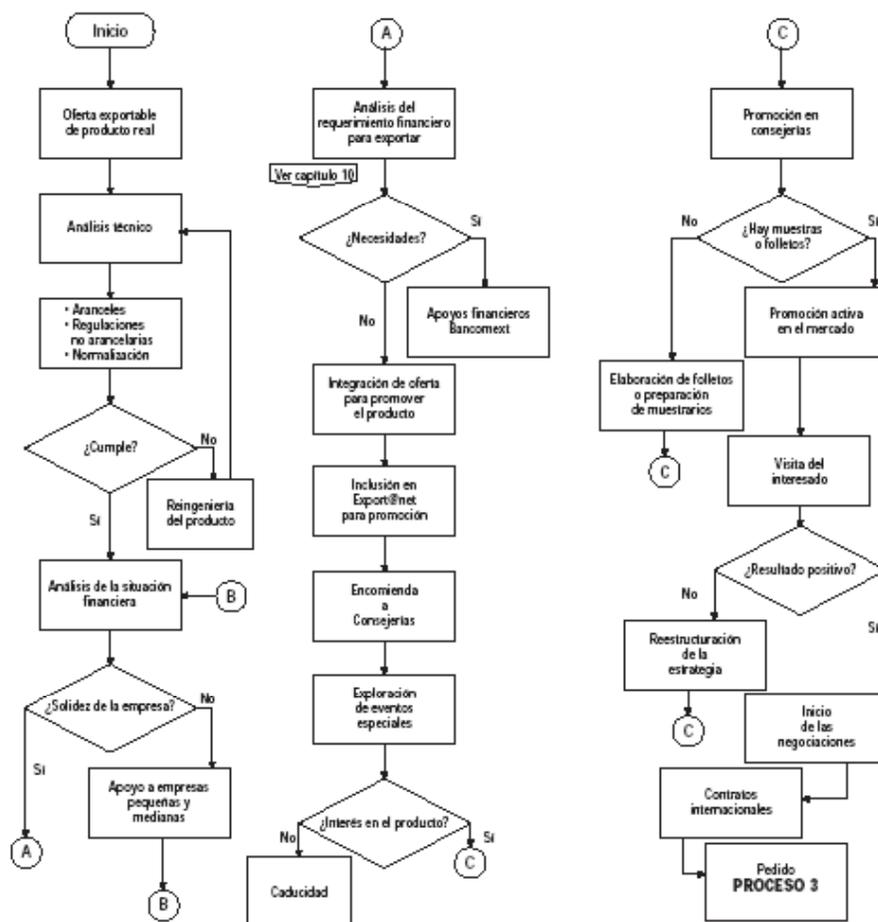
FLUJOGRAMA BÁSICO DE LA EXPORTACIÓN

A continuación se presenta el flujoograma básico de la exportación, en el cual se resumen los aspectos principales que deben considerarse en un proceso de exportación.

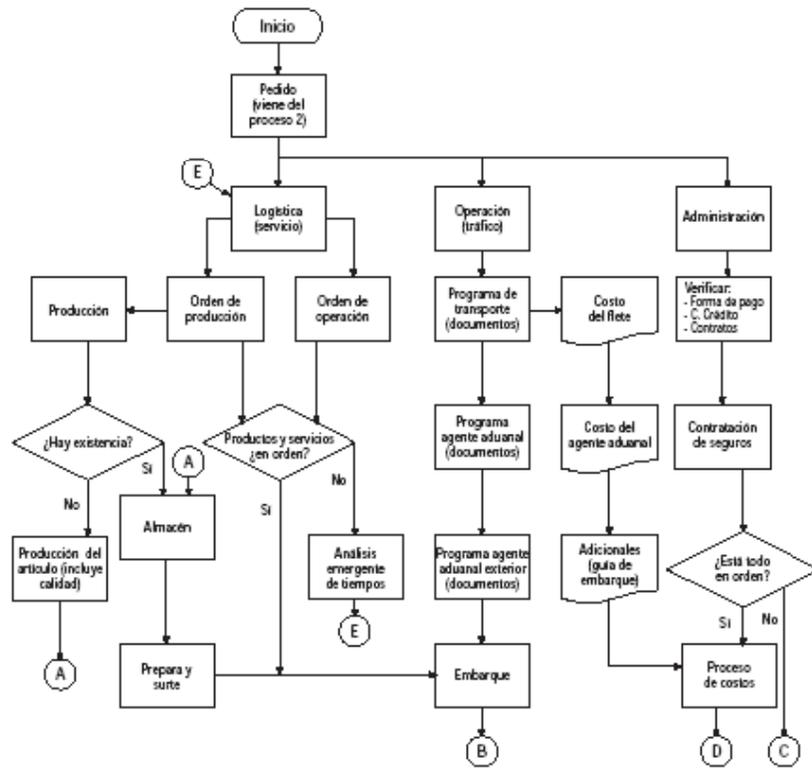
Proceso 1: viabilidad inicial



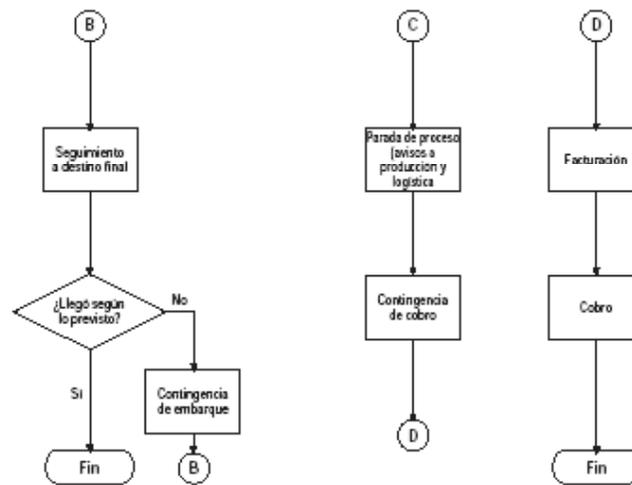
Flujograma básico de la exportación
 Proceso 2: viabilidad real



Flujograma básico de la exportación
 Proceso 3: exportación



Flujograma básico de la exportación
Proceso 3: exportación (continuación)



Flujograma básico de la exportación
Proceso 4: conclusión y perfeccionamiento

