

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO

FACULTAD DE CONTADURIA Y ADMINISTRACION

**ESTUDIO Y ANALISIS DE LA PROMOCION DEL
COMERCIO EXTERIOR QUE REALIZA EL
INSTITUTO MEXICANO DE COMERCIO
EXTERIOR**

SEMINARIO DE INVESTIGACION ADMINISTRATIVA

**Que Para Obtener el Título de
LICENCIADO EN ADMINISTRACION**

P r e s e n t a n

**HILDA REYES RAMOS
ARMANDO PIÑA VALENCIA
BENJAMIN MESTAS FLORES
FERNANDO JESUS GOMEZ MANCILLA**

Coordinador: Lic. Adrian Mendéz Salvatorio

México, D. F.

8832

1977



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

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

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

A mis padres :

Fernando y Lupita,
con infinito amor y agradecimiento
por ser los orientadores de mi vida
y por el apoyo que en ellos he en-
contrado siempre.

A mis hermanos:

Juan José, Arturo M.A.,
José Ernesto y Teresita
con el más sincero cariño.

A mi amada esposa :

Sandra,
por el amor, comprensión
y felicidad que me brinda.

A mis hijos :

Ana Paola y Luis Fernando
porque siempre sean la estrella
que ilumine mi vida.

A toda mi familia :

por el apoyo que siempre
he encontrado en ella.

A todas las personas que
directa o indirectamente
contribuyeron en la rea-
lización de éste trabajo;
con el más profundo agra-
decimiento.

I N D I C E

	Introducción	1
CAPITULO 1	Definición de Comercio Exterior	4
1.1	Exportación Definitiva	4
1.2	Exportación Temporal	6
1.3	Exportación Especial	6
1.4	Desistimiento de la Exportación	6
1.5	Pequeñas Esportaciones Definitivas	6
CAPITULO 2	Desarrollo en México del Comercio Exterior Hasta Nuestros Días.	7
2.1	Antecedentes	8
2.2	El Comercio Exterior de México en la Nueva España	8
2.3.	En el México Independiente	9
2.4.	La Crisis de 1929-1933	11
2.5	Marco General	12
2.6	Política Económica Externa	13
2.7	Política Comercial Exterior	15
CAPITULO 3	Estímulos Fiscales y Preferencias Arancelarias	21
3.1	Estímulos Fiscales a la Exportación	22
3.2	Aranceles	24
3.3.	Zonas y Perímetros Libres	27
CAPITULO 4	Impacto Nacional e Internacional del Libre Comercio Adoptado por México en los Ultimos Años	29
4.1	El Libre Comercio	30
4.2.	Relación de Intercambio	33
4.3.	Comercio Internacional y Precios	34
4.4	La Política del Libre Cambio y la Política Proteccionista	35
4.5	Beneficios Derivados del Libre Cambio	36
4.6	Política Proteccionista	37
CAPITULO 5	Comparación del Comercio Exterior de México con Otros Países.	42
5.1	Comercio de México con Estados Unidos de Norteamérica	43
5.2	Comercio de México con Canadá	44
5.3	Comercio de México con el Mercado Común Centroamericano	47

5.4	Comercio de México con la Asociación Latinoamericana de Libre Comercio	50
5.5	Comercio de México con la Comunidad Económica Europea	55
5.6	Comercio de México con la Asociación Europea de Libre Comercio	60
5.7	Comercio de México con el Consejo de Ayuda Mutua Económica	60
5.8	Comercio de México con Asia	64
5.8.1	India	66
5.8.2	Hong Kong	66
5.8.3	Japón	67
5.9	Comercio de México con Africa	72
5.9.1	Sudáfrica	72
5.10	Comercio de México con Australia	73
5.11	Comercio de México con Nueva Zelandia	74
5.12	Comercio Exterior de México con los Bloques Económicos en los Últimos Años	78
5.12.1	América del Sur	80
5.12.2	Europa Occidental	82
5.12.3	Asia y Oceanía	83
5.12.4	Japón	84
5.12.5	Norteamérica	84
CAPITULO 6	Creación, Desarrollo y Objetivos del Instituto Mexicano de Comercio Exterior	87
6.1	Objetivos y Funciones Generales del Instituto Mexicano de Comercio Exterior	89
6.2	Estructura Organizacional y Funcional del Instituto Mexicano de Comercio Exterior	93
6.3	Organos Principales del Instituto Mexicano de Comercio Exterior	95
6.4	Análisis de las dos Subdirecciones Generales que Integran al I.M.C.E.	98
6.4.1	Subdirección General de Promoción	99
6.4.1.1	Dirección de Promoción Nacional	99
6.4.1.2	Dirección de Promoción Internacional	102
6.4.1.3	Dirección de Servicios al Exportador	105
6.4.1.4	División de Difusión y Relaciones Públicas	108
6.4.2	Subdirección General Técnica	110
6.4.2.1	Dirección de Administración	110
6.4.2.2	Dirección de Planeación y Estudios	112
6.4.2.3	Centro de Diseño	114
6.4.2.4	División Técnica	116
6.4.2.5	División Jurídica	118
6.5	Nuevas Actividades del I.M.C.E.	120
6.5.1	Información	120
6.5.2	Producción Exportable	121
6.5.3	Ofertas y Demandas	122
6.5.4	Ferias y Exposiciones	122
6.5.5	Misiones y Brigadas	123
6.5.6	Consejeros Comerciales	123
6.5.7	Servicios y Apoyo	124

6.5.8	Comercializadoras	124
CAPITULO 7	Investigación de Campo	126
7.1	Métodos Empleados en el Análisis de la Información Obtenida en la Investigación de Campo	127
7.2	Como se Conoce al I.M.C.E.	131
7.3	Información Proporcionada por el I.M.C.E. a las Empresas	135
7.4	Servicios del I.M.C.E.	139
7.4.1	Ofrecimiento de sus Servicios	140
7.4.2	Empresas que Solicitaron los Servicios del I.M.C.E.	144
7.4.3	Posibilidad de que las Empresas usen los Servicios del I.M.C.E.	148
7.5	Asesoramiento Técnico Proporcionado por el I.M.C.E. a las Empresas	153
7.6	Opinión de las Empresas sobre Tecnología Nacional y Extranjera	157
7.7	Asesoramiento Proporcionado por el I.M.C.E. para la Fabricación de sus Productos	162
7.8	Opinión de las Empresas sobre la Calidad de sus Productos	166
7.9	Capacidad del Personal que Labora en el I.M.C.E.	172
7.10	Problemas de las Empresas con I.M.C.E.	176
7.11	Asesoría en General Proporcionada por I.M.C.E. a las Empresas	181
CAPITULO 8	Conclusiones y Recomendaciones sobre los Errores y Deficiencias Detectadas	185
8.1	Conclusiones	186
8.2	Recomendaciones	188
CAPITULO 9	Conclusión General	190
	Apéndices	196
	Bibliografía	230

I N T R O D U C C I O N

En el presente trabajo tratamos de abordar la problemática que padece el país en la promoción de sus productos en el extranjero, señalando los obstáculos que limitan su crecimiento y proponiendo las soluciones que podrían contribuir a superarlo o en su caso a resolverlo; en algunos de los temas tratados se incluyen breves reseñas que nos permiten ubicar el problema y ver cual puede ser su factible solución o el avance que pueda tener esa actividad.

Para hacer más objetiva la exposición y así ofrecer un panorama más concreto de esta actividad, se incluyen gráficas y cuadros estadísticos.

La importancia que reviste la promoción del Comercio Exterior en México, y que para ello fue creado el "INSTITUTO MEXICANO DE COMERCIO EXTERIOR", oscila entre la estructura de este organismo, el grado de actividad y efectividad con que opera y el reglamento administrativo bajo el cual fue creado.

Desde el punto de vista analítico, apreciamos que desde que apareció el I.M.C.E. y al llevar a cabo estas funciones, nuestro comercio exterior no tan sólo no ha mejorado, sino ha venido en detrimento; pues no se le ha impulsado con la suficiente energía de que debe ser capaz una institución de esa naturaleza y cumplir ampliamente con su función, además nos pone de manifiesto que no se está aprovechando nuestra capacidad de recursos naturales ni productividad industrial.

Tenemos la esperanza de que este trabajo contribuya aunque sea en muy pequeña proporción a dar a conocer la problemática por la que atraviesa el país en la promoción de su comercio exterior.

Debido a las políticas del I.M.C.E. en cuanto a su estructura, objetivos, funciones, etc., éste no proporcionó toda la información que para el desarrollo de este trabajo se requería; por lo que se recurrió a otras fuentes de información.

La impresión de éste trabajo se concluyó el 31 de agosto de 1978, por consiguiente, las modificaciones o cambios estructurales y/o administrativos efectuados en el I.M.C.E. posteriores a esta fecha, no se consideran en el mismo.

C A P I T U L O 1

DEFINICION DE COMERCIO EXTERIOR

1).- DEFINICION DE COMERCIO EXTERIOR

Entendiéndose por comercio exterior, el intercambio que efectúan entre sí los países del mundo de mercaderías y/o servicios nacionales o nacionalizados para uso o consumo en el exterior.

Jurídicamente éllo significa una venta o compra más allá de las fronteras políticas de un país.

Como este estudio está enfocado a la exportación de productos y/o servicios mexicanos, sólo explicaremos y daremos conceptos sobre la exportación de los mismos.

El Código Aduanero distingue tres tipos de exportación:

1.1).- LA DEFINITIVA :

ART. 8.- Fracc. IV.- Para efectos de este código, se entiende por exportación definitiva el envío de mercancías nacionales o nacionalizadas para uso o consumo en el exterior.

ART. 10.- Para efectos legales a que haya lugar, se fijan las siguientes características sobre la exportación:

FRACC. II.- La exportación principia en la fecha de presentación de las mercancías a las oficinas aduaneras, y termina con la salida de las mismas del territorio o aguas nacionales.

ART. 11.- Las cuotas, precios oficiales, tipos de cambio, recargos, restricciones, requisitos especiales y prohibiciones que deberán aplicarse serán:

FRACC. II.- Exportación; los vigentes en la fecha de presentación de las mercancías a las oficinas aduaneras, si las fracciones arancelarias son de nueva creación se tomarán en cuenta al precio oficial en vigor para la fracción que se de-

riven, si ésta continúa vigente, en tanto se les fije su precio oficial.

ART. 11.BIS.- Los impuestos generales de exportación se cobrarán las cuotas adicionales que se establezcan en la Ley de Ingresos de la Federación, únicamente sobre las cantidades que efectivamente ingresen al erario Federal.

ART. 22.- Queda facultado el Ejecutivo Federal para:

I).- Establecer o clausurar aduanas marítimas, fronterizas interiores y secciones dependientes de aquéllas.

II).- Designar la ubicación categórica y jurisdicción de las oficinas a que se refiere la fracción anterior.

III).- Autorizar a las secciones aduaneras para que efectúen operaciones reservadas a las aduanas.

IV).- Suspender el servicio de oficinas aduaneras, en los casos de guerra internacional, disturbios en el país y por causas de salubridad pública.

V).- Establecer perímetros y zonas libres, zonas francas interiores y puertos libres; fijar sus límites, modificar o suprimir los ya existentes, modificar los límites de los mismos, y dictar las disposiciones reglamentarias que se requieran.

VI).- Prohibir o restringir la importación, exportación o tránsito de las mercancías que se consideren nocivas a la salubridad pública, que afecten a la moral, al decoro nacional o a la economía del país, o que constituyan un peligro para la tranquilidad o seguridad del mismo; y

VII).- Decretar la exención o disminución temporales de los impuestos de importación para toda clase de mercancías en los casos de escasez o calamidad pública, a fin de prevenir o remediar éstos.

C A P I T U L O 2

DESARROLLO EN MEXICO DEL COMERCIO EXTERIOR HASTA

NUESTROS DIAS

C A P I T U L O 2

DESARROLLO EN MEXICO DEL COMERCIO EXTERIOR HASTA

NUESTROS DIAS

2.1).- ANTECEDENTES

El hombre desde sus inicios ha sentido la necesidad de comercializar, ya que es incapaz de ser autosuficiente a medida de que sus necesidades aumentan y de ahí deriva el proceso de intercambiar satisfactores, creando con ésto el comercio en cualquiera que sea ésta su forma.

Al agruparse el individuo crea tribus, clanes, comunidades, países, - etc., naciendo así la siguiente relación que es la de intercambiar o comercializar entre sí, dando origen a lo que hoy conocemos por COMERCIO EXTERIOR.

A través de la historia, el papel que ha desempeñado el COMERCIO EXTERIOR ha sido trascendental para la prosperidad de los pueblos ya que en cualquier de los sectores de producción sea agricultura, ganadería, industria, etc., no se concibe un progreso absoluto sin él, como ejemplo podríamos citar el caso de los fenicios que sin ser productores destacaron en su actividad como comerciantes.

2.2).- EL COMERCIO EXTERIOR DE MEXICO

EN LA NUEVA ESPAÑA

Desde la Conquista hasta la primera mitad del siglo XVIII durante el reinado de Carlos III de Borbón el COMERCIO EXTERIOR se limitó exclusivamente con las ciudades de Sevilla y Cádiz, o sea que los españoles controlaban toda la actividad comercial de La Nueva España mediante las Casas de Contratación que estaban regidas bajo las leyes monárquicas. Por lo tanto no existía un libre comercio por parte de las colonias. Los conquistadores vendían a otros países lo que se llevaban, principalmente productos mineros como el oro y la plata además de cacao, frutas, fibras, etc.

Como un aspecto positivo de esta etapa podemos mencionar la apertura de los primeros puertos mercantes, como Veracruz y Tampico.

Además de ésto, gracias a la piratería y el contrabando se empezó a crear el libre comercio beneficiando con productos distintos a los que tradicionalmente ofrecían únicamente los españoles.

Como respuesta a lo anterior España fija aranceles altos a las importaciones e impone sus leyes en todas sus colonias, frenando nuevamente el libre comercio.

2.3).- EN EL MEXICO INDEPENDIENTE

México alcanzó su independencia política más no económica y siguieron rigiendo las normas y los sistemas implantados por los españoles, como consecuencia siguió siendo un país dependiente en materia de productos elaborados y semi-elaborados.

Manteniendo la actitud de consumir sin producir lo que originó un déficit económico.

Los primeros extranjeros que aprovecharon la situación comercial, supeuestamente independiente que existía en México, fueron los ingleses valiéndose de medios como la piratería.

México en ese entonces, se encontraba sin ningún tipo de arancel, además de carecer de puertos de altura, lo que venía a empeorar aún más la situación económica, teniendo como resultado negativo la explotación desmedida de sus recursos no renovables.

Sin tener el país ninguna perspectiva para su desarrollo industrial debido a la inestabilidad política que prevalecía y teniendo la única ambición de colonizar el norte del país sobreviene la guerra con Texas (1840) bloqueándose con esto el puerto de Tampico y otros.

Por ese entonces (1842) Yucatán adopta una posición separatista, cerrando todos sus puertos. Posteriormente en 1848 EE.UU. y México celebran el

tratado de Guadalupe perdiendo con ésto gran parte de su territorio norte.

Sin ningún tipo de economía industrial, México no alcanzaba a satisfacer todas las necesidades, por lo tanto una vez terminados los problemas mencionados, reanuda nuevamente su actividad comercial pero subsistiendo el desequilibrio ya que las importaciones eran 5 ó 6 veces mayores a las exportaciones, creando con ésto un desequilibrio en su balanza comercial, misma que fué cubierta pagando con metales preciosos.

En el aspecto de las importaciones el renglón más importante era el de "TEXTILES", de aquí que por primera vez se vislumbró en nuestro país el primer intento que dió origen al nacimiento de la industria, que fué precisamente la creación de plantas textiles en la zona de Puebla (que significaba más del 70%).

A partir de ésto el Gobierno de México estableció los gravámenes sobre el comercio extranjero que fueron:

DERECHO DE IMPORTACION: Se fijaron cuotas a las mercancías que iban del 1. al 125%.

DERECHO DE CONSUMO: se estableció impuesto a los licores extranjeros que debían pagarse en las aduanas internas.

DERECHO DE TONELAJE: Se estableció un impuesto que pagaban los buques mercantes, excepto los nacionales a razón de un real por tonelada.

DERECHO DE INTERNACION: Sobre efectos extranjeros: En el momento de internarse el buque en el país, se hacía efectivo este impuesto.

DERECHOS DE EXPORTACION: Pagados únicamente por el oro, la plata y el palo de tinte.

Otro aspecto importante en el inicio de la industrialización del país, así como de las facilidades para iniciar la actividad comercial con el exterior la vinieron a constituir la ampliación de las redes ferroviarias, y en general de todas las vías de comunicación que facilitaban el manejo y transporte de las

mercancías tanto en lo interno como en aquellas mercancías que irían al exterior, además de ésto, se facilitan más las operaciones ya que el telégrafo empieza a operar en el país.

Por estas fechas, da principio una apertura a las importaciones en forma desmedida y sin ningún control. Durante el Porfiriato, la mentalidad nacional que predominaba a nivel de las clases privilegiadas, empresariales y de poder adquisitivo considerable, era la de adoptar todo tipo de artículos provenientes del extranjero, en su mayoría suntuarios; lo cual vino a recrudecer más la situación económica de México, creando nuevamente un caos en nuestra balanza comercial.

Tomando en consideración los aspectos antes mencionados, el pueblo insatisfecho tomó medidas en contra del despilfarro y de la mala distribución de los ingresos, originando la Revolución.

De nuevo viene el desequilibrio y con él la inestabilidad política y como consecuencia la "económica", sin embargo la fase de industrialización, aunque lenta, siguió avanzando debido a las exigencias propias que el país ya demandaba.

2.4).- LA CRISIS DE 1929 - 1933

Los países en desarrollo se encuentran sin ingresos suficientes para pagar sus compras al exterior, existe una paralización casi total de su economía, por otro lado los países industrializados sufrieron las consecuencias, y las reflejan a través de niveles muy altos de desempleo. Como respuesta de los países en desarrollo a esta crisis deciden elevar sus impuestos a la importación, imponen controles al comercio exterior para reducir las importaciones a niveles compatibles, con su capacidad de pago y a su vez como punto sobresaliente y como una medida de necesidad y de protección, empiezan a analizar las posibilidades de sustituir las importaciones.

Parte esencial de esta medida fué la creación de políticas de industrialización con carácter de urgente y que cobraron fuerza sobre todo en América Latina, con motivo de la primera y segunda Guerra Mundial, debido a que los países industrializados se encontraban dentro de la conflagración y casi toda su producción estaba enfocada; al aspecto bélico, por lo tanto, sufrían deficiencias internas para cubrir sus necesidades y mucho menos podrían pensar en la posibilidad de producir para los mercados externos.

2.5).- MARCO GENERAL

A fines de la Segunda Guerra Mundial se sentaron las bases de las relaciones económicas que existían entre las naciones del mundo capitalista.

La Conferencia de Bretton Woods que dió nacimiento al Fondo Monetario Internacional (F.M.I.) y el Banco Internacional de Reconstrucción y Fomento (B.I.R.F.) y a la Carta de La Habana que implicó la firma del Acuerdo General de Aranceles Aduaneros y Comercio (G.A.T.T.), servirán para establecer las reglas del juego que imperarían en los ámbitos monetarios, financiero y comercial internacionales, se abría un nuevo capítulo en la historia económica en el que la reconstrucción de los países beligerantes, y por primera vez, el desarrollo económico de los países rezagados cobraban importancia en los foros nacionales, si bien la atención prestada a éstos últimos fue relativa.

En el transcurso de estos 30 años, a pesar de sus dificultades y desigualdades, el sistema entonces concebido permitió la circulación de montos cada vez mayores de mercancías y de capital entre los países.

Sin embargo el dinamismo propio de la economía y sus cada vez más intrincadas relaciones hicieron que las contradicciones originales derivaran en una grave crisis que ha puesto ya desde los últimos 5 años en tela de juicio al orden económico internacional vigente.

Los países en desarrollo, sujetos a lo monetario, al equilibrio en el exterior, en lo financiero a la exportación de capitales, ya que en lo comercial

ha debido adquirir maquinaria y tecnología a cambio de sus productos primarios -- en una desventajosa relación de intercambio, ha debido ajustarse a ese marco general, y aún así, con estas limitantes desarrollarse. Dentro de ellos, México, insertó en este contexto aunque no sea miembro del G.A.T.T. ha corrido con la -- misma suerte si bien ha podido consolidar elevadas tasas de crecimiento a lo lar go de los últimos lustros.

El proceso de la industrialización en México ha coincidido prácticamen te con este período, aunque sus bases ya se habían asentado antes de estallar la Segunda Guerra Mundial. Esta industrialización ha implicado la importación de bienes de capital, de insumos intermedios y de tecnología, y a pesar de que el -- monto de las exportaciones ha aumentado sostenidamente y de que la estructura de las mismas ha variado, al tener las manufacturas una participación cada vez mayor en ellas, la balanza comercial ha sido deficitaria por lo general. De esta for ma, dentro del marco que rige las relaciones económicas internacionales, el cual exige el equilibrio externo, ha sido a través de la importación de capitales que México ha podido lograr estos avances sin alterar su paridad cambiaria, hasta el 31 de agosto de 1976, en que fue anunciada la flotación del peso mexicano. En efecto, una vez agotado el expediente del endeudamiento, especialmente si éste -- se orientaba a cubrir las salidas de capital especulativo, se optó porque el pe- so, que había mantenido su paridad frente al dólar de 12.50 durante un período -- de 22 años, flotara, al igual que las principales monedas. Durante las prime-- ras semanas de esta flotación temporal, el nuevo tipo de cambio se fijó en 19.90 pesos por dólar lo que implicó una devaluación del 58% con respecto a la paridad anterior.

2.6).- POLITICA ECONOMICA EXTERNA

Esta flotación, vino, de hecho, a cerrar una etapa de la política eco- nómica exterior de México, para abrir otra que apenas se inicia y que terminará de conformar la próxima administración, (la del Lic. José López Portillo). No por é^llo deja de ser interesante observar las medidas que estuvieron vigentes re cientemente, así como anunciar las primeras disposiciones que atañen al sector -- externo y que han acompañado a esta devaluación.

Resulta singular que en un mundo donde imperan las restricciones cambiarias y se han sucedido las crisis monetarias y la flotación generalizada de las monedas, el peso mexicano siguiera manteniendo, en un clima de absoluta libertad de cambios, la paridad que se estableció en 1954 de 12.50 frente al dólar. Ante un déficit continuo de la balanza comercial, atenuado parte por la cuenta de servicios, el financiamiento proveniente del exterior ha desempeñado un papel determinante en este campo. Sin embargo, cabe subrayar que el criterio básico de la política económica exterior de México es el de considerar a los créditos provenientes del exterior y a la inversión extranjera directa como instrumentos complementarios de los recursos internos.

Dada la insuficiente generación de ahorros internos, México ha aceptado una corriente continua de capitales, tanto públicos como privados necesarios para proseguir con su desarrollo económico. No obstante, estos capitales han mostrado recientemente sus efectos adversos, ya que han provocado un fuerte aumento en el volumen de pagos a factores productivos del exterior en forma de remesas relacionadas con la inversión extranjera directa y de intereses sobre deudas oficiales, así como la amortización de la deuda pública externa, que presentan una fuerte carga para la balanza de pagos.

Con el fin de contrarrestar en parte estos efectos y de racionalizar o en su caso, reglamentar el uso de los recursos provenientes del exterior, el Gobierno del Lic. Luis Echeverría Alavarez, ha tomado varias medidas. En cuanto a las inversiones extranjeras directas, se expidió la Ley para promover la inversión mexicana y regular la inversión extranjera; mientras que con el fin de racionalizar el uso y la adquisición de la tecnología externa, se aprobó la Ley sobre el registro de la transferencia de tecnología y el uso y la explotación de patentes y marcas. Estas medidas se vinieron a sumar a la Comisión de Inversión Financiamiento y especialmente la Comisión Especial de Financiamiento Exterior, que han operado desde 1962 a 1964 respectivamente, para estudiar la conveniencia de la aprobación de los créditos del exterior y para su inclusión en los planes de inversión pública.

La Ley para "Promover la Inversión Mexicana y Regular la Inversión Extranjera", establece los límites y requisitos para la inversión extranjera en México. En ella queda plasmado el espíritu tradicional de la política mexicana

en este campo, ésto es, que la inversión extranjera no debe desplazar al capital mexicano, sino complementarlo, de acuerdo con la política interna de desarrollo.

La inversión extranjera puede participar en las siguientes actividades en la proporción de capital que se señala:

a).- En la explotación y aprovechamiento de sustancias minerales, sujetos a comisión ordinaria, hasta un máximo de 49% y de 34% cuando se trate de comisiones especiales para la explotación de reservas minerales nacionales.

b).- El 40% para los productos secundarios de la industria petroquímica.

c).- 40% para la fabricación de componentes de vehículos automotores.

En los casos para los cuales no hay una mención especial, la aportación de la inversión extranjera no deberá exceder del 49% del capital, siempre que no tenga la facultad de determinar el manejo de la misma.

La ley sobre el registro de la transferencia de tecnología, uso y explotación de patentes y marcas, establece el tipo de tecnología que es deseable para el país.

2.7).- POLITICA COMERCIAL EXTERIOR

El proceso de desarrollo experimentado por México ha conformado los rasgos de su política comercial con el exterior. De país exportador neto de productos mineros en la Colonia e incluso bien avanzado el período independiente, México ha logrado que sus exportaciones de productos manufacturados logren un lugar considerable dentro del total en años recientes. El proceso de industrialización llevado a cabo en forma sostenida a partir de la postguerra ha tenido como consecuencia un cambio radical en la estructura del comercio exterior, y por lo mismo, ha hecho necesaria la adopción, de una serie de medidas congruentes con el marco general del desarrollo económico del país.

Este desarrollo económico ha implicado necesariamente el mantenimiento de un déficit en la balanza comercial. La importación de maquinaria y equipo - costosos, frecuentemente de elevada tecnología, ha sido imprescindible para llevar adelante el proceso de modernización de la economía. Si bien se han puesto en práctica medidas vigorosas para sustituir importaciones y para fomentar exportaciones, especialmente de productos manufacturados.

Las altas tasas de crecimiento observadas por la economía durante períodos prolongados han llevado a incurrir en el mantenimiento de un saldo comercial negativo con el exterior. Este saldo, sin embargo, ha sido compensado en parte por la cuenta de servicios, y en su totalidad con la de capital.

En años recientes, se ha puesto una especial atención al comportamiento de la cuenta de mercancías. Por una parte, se ha racionalizado la importación de bienes y, por la otra, se han dado pasos efectivos en materia de fomento a la exportación, medidas sin las cuales México difícilmente hubiera podido hacer frente a la crisis económica mundial de los años 1974 y 1975. Simultáneamente se ha hecho un esfuerzo por diversificar productos y mercados exteriores - conquistando nuevas áreas, para así poder reducir la dependencia de un solo comprador o vendedor.

Sin embargo, y aún con estas medidas, la crisis económica mundial dejó sentir rápidamente sus efectos sobre México. Si los países industrializados sufrieron serios desequilibrios en estos últimos dos años, los países en desarrollo vieron su posición aún más agravada. Basta señalar que el Banco Mundial estimó un déficit comercial del orden de 35,000 millones de dólares para este grupo de países en el año de 1975.

Ante estas circunstancias, el gobierno mexicano puso en práctica una serie de disposiciones, permanentes o temporales, con el fin de defender la balanza comercial del país. Dentro de estas medidas se destacan las siguientes:

En cuanto a las importaciones se propuso restringirlas a lo más indispensable, sin afectar los bienes de consumo de primera necesidad o las adquisiciones de artículos imprescindibles para el crecimiento económico del país. Para ello se intensificaron los esfuerzos para sustituir importaciones, a la vez que se abatieron las compras externas del sector público, de acuerdo a programas

anuales de importación de las entidades de este sector, que deberán ser aprobadas por el Comité de Importaciones del Sector Público, integrado por varias secretarías de estado. Cabe recordar que en el pasado existía un buen número de artículos cuya importación no estaba sujeta al régimen de permisos, el cual ha estado sometido en ocasiones a restricciones cuantitativas en forma de cuotas. Los artículos de importación prohibida, sólo presentan a 7 de las 7,310 fracciones arancelarias del país.

A partir del 14 de julio de 1975 quedaron sujetas al régimen de permiso todas las mercancías que no lo estaban anteriormente, como una medida temporal por los meses restantes del año. Sin embargo, pocos días más tarde quedaron exceptuadas del mismo las importaciones provenientes de la ALALC así como las de ciertos artículos que anteriormente requerían dicho permiso. Esta medida ha permitido racionalizar las compras externas en conjunto ya que su importación queda sujeta al criterio de la dependencia dictaminadora, que en este caso es la Secretaría de Industria y Comercio, auxiliada por los comités que preside, los cuales están integrados por importadores, productores y consumidores.

Adicionalmente, se aumentaron los aranceles a 5,845 fracciones quedando sin modificación las 1,465 restantes, mismas que corresponden a materias primas básicas y estratégicas para el desarrollo económico, así como bienes de consumo y de capital que satisfagan las necesidades elementales de la población. Dentro de las fracciones afectadas corresponden las tasas más altas a los artículos suntuarios y a los de mayor grado de elaboración.

Ahora bien, al momento de anunciar la flotación del peso mexicano se contempló la "eliminación de controles innecesarios y la reducción de aranceles sobre la importación de materias primas, partes de ensamble de bienes necesarios, equipo y maquinaria indispensables, con el objeto de reducir presiones sobre los costos internos de producción y sobre los precios"¹. En cuanto a las exportaciones, cabe recordar que desde principios de la actual administración, se dieron pasos decididos para su fomento. Fue establecido el Instituto Mexicano de Comercio Exterior, fue reestructurado el Banco Nacional de Comercio Exterior (Bancomext), fue creada la Comisión Nacional Coordinadora de Puertos. Así mis-

1.- Véase "Sexto Informe Presidencial" en Comercio Exterior Sept. 76

mo, se puso en práctica un nuevo régimen de estímulos fiscales a la exportación y se modificó el reglamento al que se sujetan las empresas maquiladoras con el fin de extender sus áreas de operación y se reestructuró el régimen de importación temporal.

Los estímulos dados a las exportaciones van desde su financiamiento de las operaciones y los incentivos fiscales, hasta la información de las posibilidades de exportación por mercados y productos.

El IMCE, creado el 31 de diciembre de 1970, es un organismo descentralizado que tiene como fin "promover el comercio exterior del país, coordinar los esfuerzos tendientes a estimularlo y fungir como órgano asesor en la materia".

Por su parte, el Bancomext es quién se encargará básicamente de las operaciones de financiamiento al comercio exterior, que en 1975 ascendieron a cerca de 11,000 millones de pesos para este fin exclusivo. Adicionalmente, existe fideicomisos creados por el gobierno federal, como el Fondo para el Fomento de las Exportaciones de Productos Manufacturados (FOMEX) y el Fondo para el Equipamiento Industrial (FONEI), que trabajan en el mismo sentido al igual que la banca comercial.

LOS 10 RENGLONES DE EXPORTACION MAS IMPORTANTES EN 1975

(Millones de dólares)

Aceites crudos de petróleo	435.0
Máquinas y aparatos de accionamiento mecánico, eléctrico o electrónico y sus partes.	184.5
Café crudo en grano	184.2
Algodón sin cardar	173.7
Café tostado en grano	132.5
Camarón fresco, refrigerado o congelado	120.3
Tomate	103.7
Estructuras y piezas para vehículos de transporte	75.1
Zinc afinado	65.7
Espato fluor o fluorita	49.4

Fuente: Banco de México, S.A.

LOS 10 RENGLONES DE IMPORTACIONES MAS IMPORTANTES EN 1975

(Millones de dólares)

Maquinaria, aparatos y artefactos mecánicos	1,441.8
Material de ensamble para automóviles producidos en el país.	462.2
Productos de fundición de hierro o acero	433.2
Maíz	397.7
Productos químicos orgánicos	377.5
Maquinaria, aparatos eléctricos, y objetos destinados al uso electrónico	361.7
Elementos para vía férrea (incluyendo material rodante y refaccionario)	217.8
Instrumentos y aparatos de medida y precisión	143.4
Productos químicos inorgánicos	122.7
Tractores de rueda, de oruga o combinados	119.8

Fuente: Banco de México, S.A.

C A P I T U L O 3

ESTIMULOS FISCALES Y PREFERENCIAS ARANCELARIAS

3.1).- ESTIMULOS FISCALES A LA EXPORTACION

Una estrategia dinámica de comercio exterior debe considerar un conjunto de incentivos y estímulos a la actividad exportadora, rompiendo los esquemas proteccionistas que alienten producciones ineficientes y costosas.

En el sexenio 1970-1975 se crearon instituciones que tienden al fomento y racionalización del comercio exterior, se crearon los CEDIS (Devolución de Impuestos a los Exportadores de Productos Manufacturados), que además de estímulos también han permitido la sustitución de importaciones a través del apoyo a las ventas fronterizas; además ha favorecido la exportación de tecnología nacional. Este impuesto fué sustancialmente modificado el 25 de Octubre de 1976. Este nuevo decreto exime de todo impuesto a los productos manufacturados y semi-manufacturados que anteriormente gozaban de CEDIS, tales como artesanías, hilados, tejidos, enlatados, calzados, libros, farmacéuticos, eléctricos-electrónicos, vidrios, línea blanca, etc. Impone una tasa a valores de 9% a las exportaciones agrícolas tradicionales; una de 5% a aquellos productos primarios-alimenticios que tienen más valor agregado, como mariscos congelados, legumbres y hortalizas desecadas, etc. y tasas superiores especiales (entre 18 y 50%) a productos que tienen un mercado internacional favorable, como el café y el petróleo. En marzo de 1977, las autoridades consideraron que no era necesario otorgar Cedis para hacer competitivos los productos mexicanos en el exterior.

El 23 de marzo de 1977 se anunció que los Cedis se entregarían sólo a aquellas empresas que, con la actual situación fiscal, no estén en capacidad de exportar y los industriales que reciban los Cedis, deberán comprometerse a incrementar su capacidad exportadora.

Así mismo se alentó la creación de organizaciones especializadas, denominadas empresas de Comercio Exterior, entendiéndose por éstas "Los consorcios de productores de manufacturas y las empresas de servicio que se organicen en el término del acuerdo presidencial con fecha 28 de Agosto de 1975".

El artículo 10. del acuerdo mencionado con anterioridad señala que se concede a las empresas de comercio exterior un estímulo fiscal consistente en la devolución de hasta la totalidad de la percepción neta federal de los impuestos

indirectos que cubran por sus actividades y que deberán destinarse íntegramente a sufragar los gastos ocasionados por sus operaciones de comercio exterior.

Esto es, que se les otorgan incentivos fiscales para cubrir los gastos de promoción de los artículos mexicanos en el extranjero, en apoyo fundamentalmente de artesanías y de pequeñas y medianas industrias, que contando con potencial exportador, carecen individualmente de la capacidad financiera y administrativa requerida para esta actividad.

Para obtener los beneficios a que se refiere el Artículo 1. los consorcios y empresas de servicios deberán realizar las funciones relativas al comercio exterior de las empresas asociadas o de aquéllas con las cuales hayan celebrado contratos. Dichas funciones comprenderán: servicio de tráfico nacional e internacional, consultoría, investigación de mercados, créditos y cobranzas, representación en el extranjero, servicios de comunicación, y promoción de mercados y ventas.

A partir del 29 de agosto de 1975, se concede un subsidio en el Impuesto General de Importaciones de Maquinaria para propiciar el fortalecimiento de la planta industrial con miras a producir bienes de capital o productos manufacturados de exportación de tecnología y servicios mexicanos un estímulo fiscal consistente en la devolución de hasta la totalidad de la percepción federal neta de los impuestos indirectos que cubran por sus actividades, el que deberán destinar íntegramente a sufragar los gastos ocasionados por las mismas. Esta devolución se otorgará tanto a estas empresas como a las denominadas de "comercio exterior" a través de un certificado, el cual será intransferible y prescribirá en cinco años contados desde la fecha de su expedición.

En la misma fecha entró en vigor otro decreto presidencial por medio del cual se estimula la operación y desarrollo de las empresas navieras mexicanas, con el objeto de evitar la dependencia a que ha estado sujeto el tráfico marítimo en nuestro intercambio comercial.

Se establece una devolución a las empresas navieras mexicanas de los impuestos que causen por sus actividades.

Tienen derecho a esta devolución las empresas navieras que satisfagan los requisitos de las leyes de navegación y comercio marítimo y las de promoción de la inversión mexicana y regulación de la extranjera. Acreditarán tal condición mediante constancia expedida por las autoridades encargadas de la aplicación de dichas leyes. Además deben comprobar que prestan los servicios de transporte con buques de bandera mexicana de su propiedad, o con barcos fletados siempre que el flete sea temporal y no exceda el tonelaje de los buques propios de bandera mexicana. También deberán obligarse a ampliar y modernizar el equipo en relación a las devoluciones decretadas.

Otra disposición importante de estímulo fiscal a la exportación es la relacionada con la tasa complementaria sobre utilidades brutas extraordinarias en la Ley del Impuesto Sobre la Renta. De acuerdo con las autoridades hacendarias este gravamen tiene como finalidad desalentar los incrementos injustificados de precios internos. Conforme a lo anterior el 15 de abril se publicó en el Diario Oficial un acuerdo que dispone lo siguiente:

"Las empresas que exporten bienes o presten servicios en el extranjero o residentes en el extranjero disfrutarán de un estímulo fiscal, equivalente al 100% del impuesto que resulte de la aplicación de la tasa complementaria sobre utilidades brutas extraordinarias del impuesto sobre la renta correspondiente a la utilidad bruta extraordinaria proveniente de dichas actividades"

3.2).- ARANCELES

Arancel es un impuesto sobre las importaciones. Este arancel se puede establecer en relación con la cantidad importada por artículo "específico", o bien en por ciento sobre el valor de entrada de los productos (ad valorem). En cualquier forma, el propósito fundamental de los aranceles es restringir el volumen de las importaciones, para proteger la industria nacional. Un efecto secundario puede ser, el de producir ingresos. Generalmente los dos propósitos están en conflicto.

Los esfuerzos por aplicar una adecuada política arancelaria se enfrentan con una irregular estructura de la tarifa del Impuesto General de Importación

que contaba con niveles arancelarios fijados consuetudinariamente, por ésto a partir de 1971 se inició una revisión de dicha tarifa para darle una estructura de tasas racionales establecida con criterio económico con objeto de sentar las bases para una nueva política de protección al aparato productivo nacional disminuir el desequilibrio de la balanza comercial y estar preparados para las negociaciones comerciales en el área internacional.

Para ésto se divide el país en tres Zonas económicas: la Zona I está integrada por el Distrito Federal, Monterrey, Guadalajara y municipios de las áreas metropolitanas correspondientes; la Zona II se compone de municipios del Estado de México, Morelos, Puebla y Querétaro; la Zona III está integrada por el resto del Territorio Nacional; además establecen reducciones del 50 y 100% de los impuestos de importación de maquinaria y equipos, materias primas, partes refacciones. Beneficia a las empresas que, cumpliendo con los requisitos que se señalan impulsen al desarrollo regional, crea oportunidades de trabajo, eleve el nivel de vida de la población, fortalezcan el mercado interno, aumenten las exportaciones, sustituyan las importaciones y propicien una planta industrial mejor integrada con elevados niveles de eficiencia productiva.

También y con la finalidad de apoyar la venta de nuestros productos al exterior, se revisó la tarifa al Impuesto General de la Exportación.

Este proceso culminó con un importante cambio en la política arancelaria al entrar en vigor en 1975 las nuevas tarifas. En la importación destaca fundamentalmente; la uniformidad de los niveles arancelarios de acuerdo con el grado de manufactura; la eliminación de la cuota específica; la reducción del número de fracciones y la actualización de su nomenclatura y notas explicativas.

En la tarifa de Exportación destaca: la adopción del sistema de clasificación de la Nomenclatura Arancelaria de Bruselas para dar una clasificación precisa a las mercancías; la desgravación de manufacturas y algunos productos primarios y la eliminación de la cuota específica. Se ha buscado fundamentalmente dejar exentas o reducir el gravamen al mínimo a la mayor parte de mercancías, incluso a los productos agropecuarios, con lo que se estimula la exportación y se propicia un aumento y mayor aprovechamiento de la capacidad productiva del país.

Este instrumento de política comercial establece los derechos o impuestos aduaneros que deben pagar los productos y mercancías nacionales o nacionalizadas al salir del territorio aduanero nacional su importancia ha decrecido como factor de ingreso fiscal en la medida en que otros instrumentos de recaudación - le han reemplazado.

La tarifa nacional se estructura con base a la Nomenclatura Arancelaria de Bruselas (N.A.B.) y los impuestos se establecen de acuerdo a la cuota ad valorem.

La tarifa de estudio consta de 2,939 fracciones. De ellas, sólo 550 estaban originalmente gravadas, mientras 2,323 estaban libres de impuestos y se prohibía la exportación sólo de 66.

Las reglas generales de la tarifa de exportación son las cuatro que - sirven de base a la Nomenclatura Arancelaria de Bruselas. Sus reglas complementarias obedecen a la composición del comercio exterior de México.

Los impuestos de derechos están basados en la noción ad valorem. Deben ser calculadas por la Aduana en función de los precios oficiales que periódicamente elabora la Secretaría de Hacienda y Crédito Público. Esta fijación se hace comparando los precios promedios internacionales y en estricto apego a las normas y prácticas de comercio internacional y a los compromisos que México tiene con - sus compradores internacionales.

Estas nuevas tarifas han tenido como resultado inmediato una mejor estructura en la recaudación de los impuestos, se ha agilizado la tramitación aduanal y disminuido el número de recursos de inconformidad.

En agosto de 1975 se realizó una revisión arancelaria como parte de - las medidas tendientes a restringir compras al exterior, lo que se tradujo en - una disminución del ritmo de crecimiento de las importaciones y en su aumento en la recaudación.

3.3).- ZONAS Y PERIMETROS LIBRES

Las zonas y perímetros libres son puntos geográficos que, estando dentro de las fronteras políticas del Estado Nacional, reciben un tratamiento económico - aduanal especial. El régimen de zonas libres debe ser considerado como un mecanismo fiscal de fomento económico y social orientado a integrar la economía regional del resto del país.

En nuestra legislación, la zona libre consiste en un determinado territorio sobre el que se implanta un régimen especial con una finalidad socioeconómica: desarrollar la economía y la cultura de esa región en el sentido más amplio. Se trata de un régimen temporal dinámico y decreciente, por el cual la mayor parte de las operaciones aduaneras que se realizan con destino a ese territorio quedan exceptuadas inicialmente del pago de impuestos y del cumplimiento de requisitos especiales.

Los perímetros libres no difieren técnicamente de las zonas libres, pero su jurisdicción radica en un "Fondo legal de una Ciudad". Es decir, el perímetro es una circunscripción más reducida que la zona libre.

Por lo anteriormente expuesto el 23 de abril de 1977 en Tijuana Baja - California, el Presidente recibió la petición de que se prorrogara la zona libre de dicha localidad vencida el mes de junio del mismo año.

Las razones que esgrimieron los solicitantes al Presidente José López Portillo, son principalmente las siguientes: se lograría " El ahorro de divisas en un 50%, tanto por las compras al mayoreo en el exterior sin el pago de impuestos en el estado (de Baja California) o bajo el tratamiento llamado in bond, como por una menor "importación hormiga"; se disminuiría el contrabando pues se "Volvería Incosteable", y se propiciaría, en el campo comercial, "La concurrencia regional y nacional".

"La continuación del régimen de Zona Libre" agregaron, deberá ser -- "Parte de un programa de desarrollo que elabore el Gobierno Federal". Dicho programa requerirá que se contemple la creación de "Condiciones más adecuadas para la entrada de productos de origen nacional" para:

Definitivamente otro aspecto que mejoraría o beneficiarían las exportaciones, sería la política de Libre Comercio que ha adoptado el Gobierno de México en los últimos años; esta política será desarrollada en el siguiente tema.

4.1).- EL LIBRE COMERCIO

En la actualidad de acuerdo a la nueva política disponemos la integración de una Dependencia concerniente al Comercio Interior y Exterior de México.

Cuando no se es capaz de asegurar el abastecimiento de un bien insustituible para la población, la autoridad responsable tiene la posibilidad de resolver a corto plazo la escasez, por medio de las importaciones como se ha hecho con la leche, las oleaginosas, el maíz y el trigo.

Evitar la política de proteccionismo a los empresarios para que con -
ésto aumenten su capacidad productiva y disminuyan sus costos y de esta manera -
ingresar al mercado Internacional en materia de Exportaciones más definidas.

México ha iniciado una nueva política de Exportación.- La tradicional sustitución de exportaciones manejada principalmente por medio de permisos pre-
vios, se sustituirá paulatinamente por el uso más flexible de los aranceles, -
atendiendo que el proceso de liberación comercial no vaya en detrimento de la -
producción; al efecto se ha creado un fondo de especial financiamiento de 5 mil millones de pesos a más de alicientes fiscales.

Los aranceles como regulador comercial, se aplican de tal modo que la protección a la industria nacional no grave demasiado a los consumidores sobre quienes ha recaído en buena medida el peso principal.

Hasta ahora, hemos sido sólo exportadores de excedentes: debemos superar aquellas ramas que por las materias primas, de que disponemos, por nuestra -
situación geográfica, por las peculiaridades de nuestra economía, o por nuestro nivel de desarrollo estemos en condiciones de competir en los mercados mundiales, debemos orientarlos específicamente ya sea de manera parcial o total a la Exportación.

La buena política comercial está orientada a ser de nuestro país un sólido exportador y un racional importador.

Sólo con una política comercial integrada a los objetivos del desarrollo nacional podremos corregir los altos costos de producción y consumo de los productos nacionales.

Desde el punto de vista nacional se trataría en una primera etapa de diversificar la producción interna y elevar la elasticidad de la oferta para impulsar posteriormente, una política de fomento de las exportaciones sustentada en una cuidadosa selección de manufacturas susceptibles de colocarse a precios competitivos en los mercados mundiales.

Asimismo sería indispensable propiciar acuerdos de integración o de otro género que al aumentar la dimensión de los mercados nacionales permita avanzar el proceso de sustitución de importaciones hasta inducir la producción de bienes intermedios y de capital.

Una vez rebasada esta primera etapa, el problema central de las relaciones económicas internacionales consiste en impulsar programas agresivos de exportación apoyados en proyectos de industrialización de donde las consideraciones de eficiencia se sitúen en primer plano; también sería necesario aprovechar la situación latinoamericana de integración, en el cual se tiene ventajas competitivas innegable para colocar una amplia gama de artículos que ya se elaboraron y que difícilmente podrían exportarse a otros mercados.

La elevada elasticidad, ingreso de los renglones de importación asociada al crecimiento menor de las exportaciones y al aumento del servicio de la deuda externa, explican un deterioro paulatino de los últimos años.

En México, no podemos explicarnos por qué los gobernantes no admitieron con anterioridad, "La Libertad Económica" debido tal vez a que no se habían dado cuenta de sus consecuencias benéficas.

No en vano hemos dedicado la mejor parte de nuestra vida a la defensa de las libertades, ahora empezaremos a sentir los primeros frutos en nuestro país.

La libre competencia en las operaciones comerciales en materia automotriz, es vital para el desarrollo de la propia industria. Esto lo aseguró el líder de los trabajadores, Fidel Velázquez.

Al poner fin a la política paternalista que protegía a la industria - automotriz, debería terminarse también con la que circunda a la industria del - calzado y ropa, entre otras, y no quede en mero proyecto; sólo así se mejoraría la calidad de los productos y en consecuencia sus precios. ¡cuánta verdad en tan pocas palabras!

Los Líderes de la C.T.M. y del Congreso del Trabajo, elogiaron la medida gubernamental de permitir la libre competencia y eliminar el control de precios en la industria automotriz porque así se terminaría con un paternalismo que no tenía razón de ser.

La medida es positiva porque seguramente alentará a la competencia y logrará la disminución de los precios, y considero que quizás esta medida pudiera aplicarse a otras industrias en un tiempo razonable (a corto plazo).

En concreto, las políticas intervencionistas en México han traído como consecuencia una peor distribución de las riquezas, pues al subir los precios, - muchos sectores pertenecientes a la clase media y humilde no han podido aumentar sus ingresos al mismo ritmo y se han empobrecido más aún en los últimos años, -- surgiendo a su vez una nueva clase de ricos, la llamada "CLASE DORADA", que la constituyen los que trabajan en los organismos de nueva creación. Por ejemplo, se creó un organismo que ha costado muchos millones de pesos para fomentar las - exportaciones; sin embargo en el período de 1970 a 1974 éstas solo han aumentado un 0.8% (dato publicado en The Economist de Londres, según el IMCE han aumentado en un 22.1% en el mismo período y 0.3% en 1975), lo que quiere decir que a pesar del IMCE nuestro intercambio comercial no solo no ha mejorado, sino que ha empeorado; la balanza entre importaciones y exportaciones ha tendido a agrandarse.

Por otro lado, en lugar de lograr una mayor independencia económica, - como se predica de palabra, México es ahora mucho más dependiente del extranjero que hace cinco años. La deuda ha crecido en porcentajes alarmantes y más del - 80% de esa deuda, actualmente es debida al sector público.

Todos los organismos creados, empresas adquiridas por el gobierno y el mayor gasto e intervención pública en la economía, sólo han repercutido en una mayor alza de los precios, destrucción de la clase media y en el fomento de una avalancha demagógica por parte de muchos funcionarios para justificar políticas

erróneas cuyos resultados se hacen más palpables cada día aunque se traten de ocultar o deformar.

No es México el primer país donde fracasan las políticas intervencionistas, pero debido a la concentración de poder y jugosos negocios que ofrecen, se siguen poniendo en práctica aunque los más perjudicados sean los sectores medios y humildes a quienes teóricamente se dice van a beneficiar.

4.2).- RELACION DE INTERCAMBIO

La cantidad de bienes y servicios de que puede disponer un país depende en primer término del volumen de su producto nacional, pero además de la cuantía de los bienes que puede adquirir del exterior mediante la exportación de los bienes que tiene que entregar a los países de donde obtiene dichas importaciones.

Por consiguiente, podemos decir que la producción de un país se divide en dos partes: BIENES Y SERVICIOS que se consumen en el país y bienes y servicios exportados.

Se conoce como "RELACION DE INTERCAMBIO" o "TERMS OF TRADE", según la expresión inglesa, a la razón entre los precios de los artículos exportados respecto a los precios de los artículos importados.

Haciendo abstracción del dinero, todo comercio internacional significa un intercambio de productos contra otros productos y es evidente que de la cantidad de exportaciones depende la ventaja que se obtenga con el comercio exterior.

Por ejemplo, México exporta principalmente algodón, frutas, minerales, etc., e importa materias primas para la industria, maquinaria, vehículos, etc., podemos suponer fácilmente que intercambia naranjas por automóviles.

4.3).- COMERCIO INTERNACIONAL Y PRECIOS

Según la escuela clásica, las libres fuerzas del mercado hacen esperar un aprovechamiento más productivo de todos los factores disponibles, tanto en la economía internacional como en la nacional, por lo cual los productos que participen en el comercio internacional cuentan con un mercado mundial y su precio tiende a igualarse en todos los países agregándoles los costos de transporte a los precios de los artículos en el país de origen. Además, una vez que han entrado a otro país, los precios de los artículos pueden aumentarse por los derechos de importación y las ganancias de los importadores.

El problema fundamental para entender el fenómeno de los precios de las mercancías que son objeto de compra-venta entre los países, es lo que se refiere a la demanda. El fenómeno de la demanda en el mercado internacional no difiere de la teoría general de la demanda en el mismo país: la demanda de un bien es una función de los ingresos de los demandantes, pero también lo es del precio del bien y del de todos los demás que caen dentro de los bienes que pueden ser deseados por el demandante. Por consiguiente, las cantidades demandadas variarán si se alteran los precios o si aumentan o disminuyen los ingresos. En cada momento y para cada país determinado serán distintas las influencias que ejercen cada uno de los dos elementos mencionados. La elasticidad de la demanda viene a ser la medida de la influencia que dichos elementos ejercen.

Todo esto se relaciona a su vez con la cuestión más general e importante de determinar si las exportaciones que hacen unos países a otros se compensan mutuamente y tienden a un equilibrio.

Podemos señalar que cualquiera que sea el concepto que se tengan de equilibrio económico, las variaciones relativas de los precios así como de los ingresos, ejercerán influencia sobre la tendencia a la compensación en el comercio internacional.

En el comercio internacional los factores de la producción se aplicarán en donde obtengan una mayor producción o concretamente un mayor beneficio para sus propietarios.

Por consiguiente, cada país procurará vender en el país más caro y comprar en el más barato, por lo que las variaciones de los precios relativos conducirán a perfeccionar la división internacional del trabajo, así como a nuevas posibilidades de cambio ventajosas para todos los países.

La teoría que sirve para explicar lo anterior es la que se denomina - "PARIDAD DEL PODER ADQUISITIVO", que aplicada a un sistema monetario internacional.

TIPOS DE CAMBIO LIBRE

Un país tiene tipos de cambio libres cuando dichos tipos son el resultado del libre juego de la oferta y la demanda de las monedas.

4.4).- LA POLITICA DE LIBRE CAMBIO Y LA POLITICA PROTECCIONISTA

La primera forma de política económica referente al comercio internacional es propiamente el llamado MERCANTILISMO y que se basaba en un decidido intervencionismo y proteccionismo. Esta política correspondió a un Estado en el cual empezaba a desarrollarse la burguesía en el que el comercio daba sus primeros pasos para estructurarse sobre bases capitalistas, pero el cual requería de una decidida protección del gobierno, a fin de poder triunfar sobre las poderosas fuerzas que impedían o dificultaban dicho desarrollo. Desde el momento en que la nueva burguesía se consideró suficientemente fuerte y que el comercio se fortaleció y llegó a acumular considerables riquezas y por otra parte se apuntaba el nacimiento de la industria moderna, entonces se dió media vuelta en la política económica y se orientó ésta hacia el liberalismo.

4.5).- BENEFICIOS DERIVADOS DEL LIBRE CAMBIO

1.- ESPECIALIZACION.- Se considera que el mecanismo de la competencia obra automáticamente de tal manera que cada país se especializa en la producción de aquellas mercancías para las cuales goza de especial predisposición e importa aquéllas otras que mediante el comercio internacional pueda obtener más baratas, que si las produjera en su propio suelo (agregados los costos de transporte). Por consiguiente, el comercio libre viene a mejorar el abastecimiento en todos los países.

2.- En muchos de los casos de países que participan en un comercio libre, sucede que se aumenta enormemente la producción de mercancías, mediante la división internacional del trabajo. Es evidente que el caso extremo resulta claro, o sea el de que muchos países no pueden obtener ciertos productos naturales porque carecen de sus fuentes o de las condiciones adecuadas para producirlos, tal es el caso de los recursos mineros y de gran parte de los productos agrícolas tropicales. En este caso un país que carezca de dichos recursos no podrá, o bien no deberá, empeñarse en producirlos, porque le resultarán mucho más costosos que si los cambia por aquellos otros productos para cuya producción sí cuenta con condiciones adecuadas.

3.- MEJORAMIENTO DE LA TECNICA.- Toda especialización y división del trabajo conducen indiscutiblemente al perfeccionamiento de la técnica, y a su vez este perfeccionamiento provoca una mayor especialización y división del trabajo.

4.- REDUCCION DEL TIEMPO DE TRABAJO.- Se afirma como corolario de todo lo anterior, que la libertad en el comercio internacional conduce a una reducción del tiempo de trabajo; tanto del tiempo de trabajo que requiere una mercancía para producirla (de manera más amplia, un menor costo de producción), cuanto que se opera una reducción del tiempo que trabaja el operario en general, como jornada de trabajo, en un país que ha logrado la especialización. También se logra una mayor productividad del mismo trabajo y un mejoramiento en el nivel de ingreso. En efecto, se dice, las ventajas que el comercio libre tiene para cualquier país pueden manifestarse en el aumento de su ingreso real. En verdad, si un país emplea una cantidad dada de recursos para producir artículos de importación o --

sucedáneos de éstos y logra producir una cierta cantidad de los mismos; pero tal vez dicho país obtenga mayor provecho un número más grande de bienes y mayor el correspondiente ingreso nacional, si se utilizan primero los mismos recursos para producir exportaciones, que luego se cambiarán por importaciones extranjeras más baratas.

4.6).- POLITICA PROTECCIONISTA

El proteccionismo, que consiste en términos generales en una serie de medidas para proteger las actividades económicas de un país contra la competencia del extranjero, adopta una gama considerable de formas que pueden concretarse en las siguientes medidas:

- 1a.- Establecer derecho de importación con propósito distinto del de reforzar los ingresos nacionales.
- 2a.- Conceder primas a la exportación.
- 3a.- Prohibir en absoluto la entrada a los productos extranjeros.

Los argumentos más sólidos en que puede basarse una política proteccionista son los siguientes:

- 1.- En el caso de los países subdesarrollados, la protección se funda en los propósitos de obtener el desarrollo de sus industrias básicas, aprovechar por sí mismos, los recursos naturales, dar impulso a sus industrias primarias, así como a las secundarias y aún a las terciarias y en general asentar las bases para un firme desarrollo económico.
- 2.- En el caso de los países altamente desarrollados, el proteccionismo puede basarse en el propósito esencial de obtener un desarrollo estable, reduciendo al máximo el paro de la actividad económica.

Sin embargo, como indicamos, existen otras muchas razones por las cuales se ha tratado de justificar y dar fundamento teórico y práctico al proteccionismo. Así por ejemplo, fuera del campo propio de la economía se ha argumentado diciendo que todo país debe preocuparse por lograr el abastecimiento autónomo, especialmente de artículos fundamentales, tanto en tiempos de paz, como en los de guerra. En caso de algún conflicto armado es muy importante asegurar los abastecimientos. Desde este mismo punto de vista puede estimarse que alguna actividad económica o no económica es importante desde el punto de vista de la defensa nacional como por ejemplo la marina mercante.

Con bases sólidas, aún cuando sin importantes razones para ello, se han esgrimido motivos como los siguientes:

1.- Mantener el dinero dentro del país.- A este respecto se ha atribuido falsamente a Abraham Lincoln la siguiente afirmación: " Yo no sé gran cosa de arancel; lo que sé es que cuando compramos en el extranjero artículos manufacturados, nosotros obtenemos los artículos y el extranjero se lleva el dinero, mientras que cuando compramos los artículos manufacturados en el propio país, obtenemos ambas cosas: los productos y el dinero".

Es incuestionable que la existencia de una cantidad de dinero en un país en mayor proporción que la absolutamente necesaria para desempeñar las funciones del propio dinero, no crea por ello mayor riqueza, especialmente si se trata de un dinero que no tenga prácticamente ningún valor intrínseco, como es el caso del sistema del papel moneda. No por emitir mayor cantidad de dinero se va a enriquecer más una nación.

2.- Obtener salarios más altos para los trabajadores del país que eleva sus aranceles.- Este argumento se basa en la pretensión de que otros países no tomen represalias elevando sus propios aranceles. Además se supone que el costo de la vida no aumentará en la misma o mayor proporción como lo hacen los salarios de los obreros cuyas actividades se han protegido mediante aranceles.

3.- Obtener beneficio a favor de algún o algunos grupos de personas que se considere conveniente proteger. Este argumento resulta posiblemente razonable sobre la base de que las medidas del Estado y en particular los impuestos deben de tener un carácter general.

Se puede señalar algunos argumentos en favor del proteccionismo que tienen una mayor consistencia desde el punto de vista económica y son los siguientes:

- 1.- Obtener mayores ingresos para el Estado, es decir que el arancel en este caso tiene propósitos esencialmente fiscales.
- 2.- Favorecer y fortalecer el mercado interno de manera que aumente el poder adquisitivo de los habitantes y se traduzca en un incremento de la demanda efectiva.
- 3.- Proteger el trabajo nacional, de la competencia de la mano de obra extranjera, especialmente cuando ésta resulta más barata.
- 4.- Establecer represalias respecto a los países que previamente han adoptado una elevación de los aranceles.
- 5.- Establecer lo que se ha llamado por algunos el "ARANCEL CIENTIFICO" que consiste en fijar aranceles a manera de igualar el costo de producción en el interior y en el extranjero.

Los resultados que se presentan de las políticas intervencionistas del gobierno de México durante los años 1970/76 son los siguientes:

- 1.- En el período 1971-1975, el aumento de la producción nacional de bienes y servicios fue de 5.6% promedio anual, 18% menor que la del período 1966-1970 (6.9%) y 21% menor a la del período de 1961-1965 (1.1%).
- 2.- En el período 1971-1975, los precios aumentaron cuatro veces más rápido que en el período 1966-1970 y seis veces más que en el período 1961-1965.
- 3.- En 1975 la deuda externa creció más de tres veces en relación a la de 1970; mientras que la de 1970 solo se duplicó en relación a la 1965, igual que ésta en relación a la de 1960.

4.- En el período de 1965-1970, de cada peso que se pagaba de la deuda externa, 75.8 centavos correspondían al pago del capital y 24.2 a los intereses; en el período 1971-1975 de cada peso que se pagó, 58.2 centavos correspondían al capital y 41.8% a los intereses.

5.- En el período de 1967 a 1971 el aumento de circulante fue del 50%, de 1972 a 1975 fué del 123%, más del doble que en el período anterior. Este fenómeno que es la inflación en sí, y al que tuvo que recurrir el gobierno para financiar sus proyectos, es la principal causa del alza general de los precios, en México la inflación no viene de afuera, como afirman algunos economistas, es nuestra.

6.- En 1975 el déficit del gobierno federal fue de 130,000 millones de pesos, - seis veces más aproximadamente, que en 1970 (veintitrés mil millones).

7.- De 1970 a 1975 el peso mexicano ha perdido dos terceras partes de su valor. Los ingresos de una persona en 1975 debieron ser tres veces mayores a los de 1970 para conservar el mismo nivel de vida. Los siguientes ejemplos nos lo demuestran: ¿Cuánto costaba lustrarse los zapatos en 1970? \$ 1.00; ¿Cuánto en 1975? \$ 3.00 ¿Cuánto costaba un pesero en 1970? \$ 1.00 ¿Cuánto en 1975? \$ 3.00 ¿Cuánto costaba un Kg. de tortillas en 1970? \$ 0.90 ¿Cuánto en 1975? \$ 2.80 ¿Son el bolero y el taxista voraces especuladores que buscan ganancias excesivas? o simplemente como casi todos los comerciantes y productores, o solamente tratan de mantener su mismo nivel de ingresos reales, o es que el peso ha perdido su valor?

8.- El déficit de la balanza de pagos en 1975 (45,500 millones), fue aproximadamente cuatro veces mayor que el de 1970 (11,500 millones de pesos).

9.- En 1975, a pesar de ser México exportador de petróleo el precio al público - de la gasolina fue tres veces mayor al de 1970, cuando dadas las circunstancias todavía lo importaba.

10.- El crecimiento promedio industrial de 1971 a 1975 fue de 6.5%, 23% menor que en el período de 1966 a 1970, 8.5%.

11.- El crecimiento promedio agropecuario de 1971 a 1975 fue menos de la mitad (1.26%) que el del período inmediato anterior, 1966-1970 (2.64%).

La producción de alimentos básicos en la dieta del mexicano disminuyó: en el ciclo 1969-1970 se produjeron 11,176.000 toneladas de maíz, en el de 1974-1975 solo 7,700.000 (31% menos), en el ciclo de 1969-1970 se produjeron 925,000 toneladas de frijol; en el ciclo de 1974-1975 se redujo la producción a 747,000 toneladas (21.5% menos).

C A P I T U L O 5

COMPARACION DEL COMERCIO EXTERIOR DE MEXICO CON OTROS PAISES

5.1).- COMERCIO DE MEXICO CON ESTADOS UNIDOS DE

NORTEAMERICA

Durante 1973 el valor de las ventas destinadas al mercado Norteamérica no mostró un crecimiento de 14.9% arriba del nivel de 1972, situación en la cual se habían incrementado el 21.2% dichas exportaciones, las que se situaron en - 1,288.6 millones de dólares en 1973 frente a 1,121.5 y 925 que alcanzaron en 1972 y 1971.

El ritmo de crecimiento de las compras mexicanas de productos a E.E.U.U. en 1973 registró un aumento en virtud de que la producción interna resultó insuficiente para atender la mayor demanda nacional.

Las importaciones de este proveedor incrementaron de 46.1% el cual duplicó lo del año 1972.

El tradicional déficit de la balanza comercial mexicana con E.E. U.U. - se acentuó en 1973 en 983.2 millones de dólares.

Exportaciones: sobresaliendo por su importancia los bienes de consumo, cuyo total fue de 65.5% en 1972 y para 1973 69.3%.

La mayor proporción correspondió a ventas de alimentos y bebidas, productos más importantes como el café en grano, tomate fresco, camarón refrigerado, fresas congeladas con azúcar.

Las mercancías en disminución: ganado bovino y carnes refrigeradas, las que, permanecieron, frutas frescas.

Los bienes de consumo duradero de exportación en 1973 con un valor de 119.1 millones de dólares, 61.7 más que el año anterior, destacando automóviles para el transporte de personas incluyendo refacciones y sus partes.

Los bienes de producción y bienes de inversión mostraron un lento crecimiento, al pasar de 387.4 millones de dólares a 395.1 millones de dólares disminuyendo su participación relativa en el total de 34.5 a 30.7% respectivamente para los años 1972-1973.

En las materias primas se sufrió una baja de 307 millones de dólares a 305 en los años 72-73, en cuanto a los bienes de inversión sólo tuvo una escasa mejoría al ascender de 80.2 a 89.5 millones de dólares en los años 72-73. (CUADRO No. 1, Pag. 45)

Importaciones: las más amplias correspondieron a los bienes de producción cuyas compras en 1972 ascendieron 1,194 millones de dólares que equivalen - 76.8% para 1973 fué de 1,737.7 millones de dólares teniendo una variante de 23.2% a los bienes de consumo, en los bienes de producción, los productos elaborados de uso intermedio causaron una erogación 838.4 millones de dólares en 1973, superior a las adquisiciones del año anterior en las cuales se disminuyeron los productos de metales, barras productos químicos y lingotes.

En 1972-1973 el gasto de bienes finales contribuyeron sustancialmente las mejores compras de automóviles para el transporte con sus refacciones y partes, maquinaria y equipo para la industria de la construcción.

En 1972 las importaciones de bienes de producción no elaborados y semi-elaborados tuvieron un valor de 141.4 millones de dólares y al año siguiente subieron en 185.5 millones de dólares. Los bienes de consumo también acentuaron su gasto al pasar de 361 millones de dólares en 1972 a 534.1 en 1973, habiendo sostenido su contribución al total cerca de una cuarta parte del subgrupo de bebidas y alimentos, en los bienes de consumo duradero en los años 72-73 ascendieron de 180.1 a 255.7 millones de dólares como consecuencia de las adquisiciones de automóviles para personas (CUADRO No. 2, Pag. 46)

5.2).- COMERCIO DE MEXICO CON CANADA

El saldo comercial de México con Canadá tradicionalmente adverso a México en 1972-1973, se sostuvo alrededor de 54.4 millones de dólares caracterizado el doble déficit registrado en 1971. Para el año 1972 las exportaciones se mantuvieron al mismo nivel del año anterior, para el año 73 subieron 46.5%, el aumento se debió a visitas de funcionarios y hombres de negocios al Canadá, ocasionando que se crearon nuevos instrumentos de cooperación.

C U A D R O 1

EXPORTACIONES DE MEXICO A E.E.U.U. POR GRUPOS ECONOMICOS*

(Miles de Dólares)

CONCEPTO	1971	1972	1973
TOTAL	925,157	1.121.453	1.288.624
Bienes de Consumo	597.796	734.051	893.533
a) No duraderos	548.734	676.628	774.474
Alimentos y Bebidas	536.077	689.898	748.303
No elaborados	396.367	492.432	548.702
Elaborados	139.710	167.466	199.601
No comestibles	12.657	16.730	26.171
a) Duraderos	49.062	57.423	119.059
Bienes de Producción	327.361	387.402	395.091
a) Materias Primas y Auxiliares	269.807	307.251	305.547
No elaborados	112,869	135.709	125.968
Elaborados	156.938	171.542	179.579
b) Bienes de inversión	57.554	80.151	89.544

* Incluye Revaluación.

FUENTE: DIRECCION GENERAL DE ESTADISTICA, S.I.C. Y BANCO DE MEXICO. S.A.

C U A D R O 2

IMPORTACIONES MEXICO-E.E.U.U. POR GRUPOS ECONOMICOS*

(Miles de Dólares)

CONCEPTO	1971	1972	1973
TOTAL	1.325.175	1,555.007	2,271.824
Bienes de Consumo	257.518	361.045	534.140
a) No Duraderos	90.329	180.903	278.437
Alimentos y Bebidas	43.621	115.997	221.173
No elaborados	22.361	75.331	176.832
Elaborados	21.260	40.666	44.341
No comestibles	46.708	64.906	57.264
b) Duraderos	167.189	180.142	255.703
Bienes de Producción	1.067.657	1.193.962	1.737.684
a) No elaborados y Semi-elaborados	117.182	141.442	185.792
b) Bienes elaborados de uso intermedio	508.324	594.755	838.361
c) Bienes Finales	442.151	457.765	713.531

* Incluye Revaluación

FUENTE: DIRECCION GENERAL DE ESTADISTICA, S.I.C. Y BANCO DE MEXICO. S.A.

Por su parte las adquisiciones de productos canadienses crecieron en forma muy marcada al pasar de 48.5 a 85 millones de dólares (1971-1973).

EXPORTACIONES: En el año 72 existió un estancamiento de exportaciones y se debió principalmente al producto del tomate que de 4.8 en 1971 pasó a 0.240 en 1972 y pasó a 0.005 en 1973; tuvo recompensa por los envíos de consumo duradero y bienes de producción con materias primas.

El aumento en las exportaciones de 1973 (9.6 millones de dólares), se concentró en el renglón de materias primas auxiliares. (Cuadro No. 3, Pag. 48)

IMPORTACIONES: las compras realizadas al Canadá se incrementaron 26.4 millones de dólares para un total de 746 y en 10.5 más que en 1973 para llegar a 85 millones de dólares.

En las adquisiciones de bienes de inversión subieron a 22 millones de dólares, habiendo sobresalido la expansión en las importaciones de maquinaria y equipo para los transportes, principalmente locomotoras. Los bienes de producción se elevaron distinguiéndose las materias primas, las compras de bienes de consumo ascendieron en una mayor proporción habiendo recaído en algunos alimentos, para los bienes de consumo duradero partes y piezas sueltas para automóviles. (Cuadro No. 4, Pag. 49)

5.3).- COMERCIO DE MEXICO CON EL MERCADO COMUN CENTRO

AMERICANO

El intercambio comercial entre México y el Mercado Común-Centroamérica no fortaleció un saldo positivo para el país durante los años 1972-1973, esto -- contribuyó al dinamismo de las exportaciones incrementándose los envíos de bienes de materias primas y auxiliares habiéndose destacado fibras artificiales, láminas sin galvanizar y lámina de acero.

Los suministros de bienes de inversión en el año 1972-1973, se elevaron debido al envío de alambre de cobre y sus aleaciones y en la aparición de los -- automóviles para el transporte de carga. Los bienes de consumo duradero crecie

C U A D R O 3

EXPORTACIONES DE MEXICO A CANADA POR GRUPOS ECONOMICOS

(Miles de Dólares)

CONCEPTO	1971	1972	1973
TOTAL	20,989	20.741	30.376
Suma de los Grupos Seleccionados	20.802	20.315	30.166
Bienes de Consumo	10.102	7.158	11.583
a) No Duraderos	8.960	5.018	7.963
Alimentos y Bebidas	8.004	3.963	3.921
No Comestibles	.956	1.055	4.042
b) Duraderos	1.142	2.140	3.620
Bienes de Producción	10.700	13.157	18,583
a) Materias Primas y Auxiliares	9.922	12.555	17.969
b) Bienes de Inversión	.778	.602	.614
Otros No Seleccionados	.187	.426	.210

FUENTE: DIRECCION GENERAL DE ESTADISTICA, S.I.C. Y BANCO DE MEXICO. S.A.

C U A D R O 4

IMPORTACIONES MEXICO-CANADA POR GRUPOS ECONOMICOS

(Miles de Dólares)

CONCEPTO	1971	1972	1973
TOTAL	48.200	74.591	85.036
Suma de los Grupos Seleccionados	46.571	70.243	80.036
Bienes de Consumo	12.833	13.356	16.462
a) No Duraderos	11.409	11.379	13.151
Alimentos y Bebidas	11.109	10.960	12.420
No Comestibles	300	419	731
b) Duraderos	1.424	1.977	3.311
Bienes de Producción	33.738	5.887	63.981
a) Materias Primas y Auxiliares	23.018	23.936	31.649
b) Bienes de Inversión	10.720	32.951	32.332
1.- Agropecuarios	1.439	3.277	9.229
2.- Materiales para la construcción o instalaciones similares	394	2.371	7.445
3.- Herramientas, accesorios, refac ciones y partes sueltas	1.476	5.914	4.397
4.- Maquinaria, equipo y vehículos	7.411	21.389	11.261
4.1) Para la agricultura	1.350	2.083	976
4.2) Para los transportes y telecomunicaciones	989	14.453	3.033
4.3) Para la industria, comercio y otros usos	5.072	4.853	7.252
Otros no Seleccionados	1.629	4.348	4.593

FUENTE: DIRECCION GENERAL DE ESTADISTICA, S.C.

ron en 2 millones de dólares, mejoría que estuvo ligada al incremento en las ventas de libros impresos y automóviles para el transporte de personas.

En 1973 el avance alcanzado se logró gracias al dinamismo de las exportaciones de bienes de inversión de 14.1 millones de dólares contribuyendo nueva-mente al de los automóviles el alambre de cobre y sus aleaciones, los bienes de consumo no comestibles se recuperaron del descenso y alcanzaron una cifra de 7.3 millones de dólares como resultado de la favorable evolución de las ventas de medicamentos de uso interno y de uso en veterinaria, los alimentos y bebidas se -- elevaron a 24 millones de dólares. (CUADRO No. 5, Pag. 51)

IMPORTACIONES: la reactivación de las compras mexicanas a Centroaméri-
ca en 1972 se sustentó en las materias primas y auxiliares que registraron un valor de 3.9 millones de dólares frente a 2.2 millones de dólares en 1971 y que, estuvo determinada por las fuertes compras de abonos, minerales, etc.

En 1973 el nuevo aumento se localizó en bienes de consumo no duraderos que se situaron en 2.5 millones de dólares y que gran parte se debió a la compra de arroz. (CUADRO No. 6, Pag. 52)

5.4).- COMERCIO DE MEXICO CON LA ASOCIACION LATINOAMERICANA DE LIBRE COMERCIO

El saldo superávit que siempre ha registrado México en sus relaciones comerciales con la ALALC sufrió un descalabro en 9.4 millones de dólares en -- 1972 al situarse en 27.2 millones de dólares para el año 1973 por primera vez -- desde que se instituyó ALALC dicho saldo fue negativo en 20.5 millones de dóla-- res. Esto se debió al fuerte dinamismo de las importaciones mexicanas proceden-- tes del bloque, de 119.8 a 193 millones de dólares para los años 1972-1973.

Ello originó que su participación relativa dentro de las adquisiciones totales pasaran de 3.5% a 5.1% en 1971 y 1973.

Las exportaciones mexicanas crecieron en minoría de 18.2% en 1972 y - 1973 en 17.3% alcanzaron 147 y 172.5 millones de dólares, su participación rela-

C U A D R O 5

EXPORTACIONES DE MEXICO AL MERCADO COMUN CENTRO AMERICANO POR GRUPOS
ECONOMICOS

(Miles de Dólares)

CONCEPTO	1971	1972	1973
TOTAL	23.396	35.466	51.953
Suma de los Grupos Seleccionados	20.255	30.971	45.050
Bienes de Consumo	9.808	11.206	17.303
a) No Duraderos	5.747	5.110	9.308
Alimentos y Bebidas	569	471	1.979
No Comestibles	5.178	4.639	7.329
b) Duraderos	4.061	6.096	7.995
Bienes de Producción	10.447	19.765	27.747
a) Materias Primas y Auxiliares	6.675	13.365	13.608
b) Bienes de Inversión	3.372	6.400	14.139
Otros no Seleccionados	3.141	4.495	6.903

FUENTE: DIRECCION GENERAL DE ESTADISTICA, S.I.C. Y BANCO DE MEXICO. S.A.

C U A D R O 6

IMPORTACIONES MEXICO-MERCADO COMUN CENTRO AMERICANO POR GRUPOS

ECONOMICOS

(Miles de Dólares)

CONCEPTO	1971	1972	1973
TOTAL	2.734	4.701	6.836
Suma de los Grupos Seleccionados	2.557	4.319	6.449
Bienes de Consumo	.133	.206	2.471
a) No Duraderos	.022	.061	2.325
b) Duraderos	.111	.145	.146
Bienes de Producción	2.424	4.133	3.978
a) Materias Primas y Auxiliares	2.238	3.879	3.702
b) Bienes de Inversión	.186	.234	.276
Otros Seleccionados	.177	.382	.387

FUENTE: DIRECCION GENERAL DE ESTADISTICA, S.I.C.

tiva en el total exportado se redujo de 9.1% en 1971 a 8.4% al año siguiente.

En 1973 las ventas al ALALC se concentraron en tres cuartas partes a 4 países: Brasil, Venezuela, Chile y Colombia, en cuanto a sus importaciones del área el 85% le fue abastecido por Venezuela, Brasil y Argentina.

EXPORTACIONES: el incremento registrado para las exportaciones mexicanas a la ALALC obedeció a las mayores ventas de bienes de producción especialmente de materias primas y auxiliares que alcanzaron un valor de 78.9 millones de dólares (69.1 en 1971), los artículos destacados fueron: películas, placas, algodón en rama, super fosfato y brea. Los envíos de bienes de inversión sumaron 28.3 millones de dólares (en 1971 24.7 millones de dólares), hecho que estuvo asociado con la expansión de los suministros de las embarcaciones de hélice de más de 10 mts. de eslora, viguetas, ángulos, perfiles de hierro o acero, los bienes de consumo duradero sumaron 24.2 y 18.5 millones de dólares en los años 1972-1971, a causa de la mayor demanda de motores para automóviles y de libros impresos, los bienes no duraderos fueron 13.5 y 10.1 millones de dólares para los años 1972-1971; como resultado principalmente a la venta de frijol negro.

En 1973 existió gran apoyo en el dinamismo de los bienes de consumo duraderos que registraron un valor de 39.9 millones de dólares y 15.7 más que en 1972, de los cuales se distinguieron las partes sueltas para aparatos de radio y T.V., libros impresos, motores para auto y autos para transporte de personas, - los bienes de consumo no duraderos crecieron debido a los envíos de garbanzo, - carne de ganado, fresas congeladas o refrigeradas y naranja, las materias primas y auxiliares tuvieron un incremento de 4.3 millones de dólares para situarse en un total de 84.3 millones de dólares a consecuencia de la venta de algodón en rama. (CUADRO No. 7, Pag. 54)

IMPORTACIONES; la compra de materias primas y auxiliares en el año -- 1972 registraron 79 millones de dólares para 55.6 en el año 1971, la cual participó más el aceite de petróleo crudo, gas, butano o propano. Las compras de - bienes de inversión aumentaron de 7.8 millones de dólares al situarse en 22.4 - millones de dólares destacando la adquisición de transformadoras y motoniveladoras para la construcción, los bienes de consumo duradero y los no duraderos crecieron 5.1 y 2.4 millones de dólares respectivamente, estimulados por el primer grupo de las mayores compras de libros impresos y el segundo por las publicacio-

C U A D R O 7

EXPORTACIONES DE MEXICO A LA ASOCIACION LATINOAMERICANA DE LIBRE
COMERCIO POR GRUPOS ECONOMICOS

(Miles de Dólares)

CONCEPTO	1971	1972	1973
TOTAL	124.306	147.046	172.493
Suma de los Grupos Seleccionados	122.482	145,745	170.609
Bienes de Consumo	28.611	37.650	59.796
a) No Duraderos	10.151	13.472	19.935
Alimentos y Bebidas	4.684	7.434	10.462
No Comestibles	5.467	6.038	9.473
b) Duraderos	18.460	24.178	39.861
Bienes de Producción	93.871	108.095	110.813
a) Materias Primas y Auxiliares	69.140	79.824	84.179
b) Bienes de Inversión	24.731	28.271	26.634
Otros no Seleccionados	1.824	1.301	1.884

FUENTES: DIRECCION GENERAL DE ESTADISTICA, S.C. Y BANCO DE MEXICO, S.A.

nes periódicas.

En 1973 se sustentó en la expansión de materias primas y auxiliares - que se elevaron 135.4 millones de dólares, es decir 56.5 millones de dólares más que en el año anterior, de los cuales contribuyeron los hidrocarburos seguidos - por la harina de animalés marinos, la adquisición de bienes de inversión crecieron 11.1 y se elevaron a 33.5 millones de dólares sobresalieron maquinarias, herramientas para el trabajo de los metales, las conformadoras y las motoniveladoras para la industria de la construcción y máquinas sumadoras.

Las compras de consumo de bienes no duraderos aumentaron y se distinguieron las de grasa butánica y de publicaciones, las de bienes de consumo duradero crecieron en 796.000 dólares encabezados por libros impresos y selectores - de canales para la T.V. (CUADRO No. 8, Pag. 56)

5.5).- COMERCIO DE MEXICO CON LA COMUNIDAD ECONOMICA EUROPEA

El intercambio comercial entre México y la comunidad económica europea se amplió sustancialmente en los años 1972-1973 lo cual llevó a un empeoramiento del saldo negativo que tradicionalmente ha arrojado para México.

El avance logrado para los años 1972-1973, constituyó la fuerte ampliación de los envíos a la República Federal Alemana, Italia y Francia. El monto de las exportaciones mexicanas a la comunidad representó el 8% del total exportado en 1973 colocándose como el tercer cliente de México.

Las adquisiciones mexicanas sumaron 576.4 millones de dólares y 644.8 millones de 1972-1973 con incrementos respectivos de 23.6 y 11.9%; el valor del último año representó 16.9% del total importado y ha permitido mantener su posición tradicional como segundo proveedor de México.

Las marcadas variaciones que registró México en sus intercambios con algunos países de la comunidad modificaron la posición relativa que guardaban,

C U A D R O 8

IMPORTACIONES: MEXICO-ASOCIACION LATINOAMERICANA DE LIBRE COMERCIO

POR GRUPOS ECONOMICOS

(Miles de Dólares)

CONCEPTO	1971	1972	1973
TOTAL	79.657	119.811	192.975
Suma de los Grupos Seleccionados	76,399	115.152	185.660
Bienes de Consumo	6.206	13.760	16.779
a) No Duraderos	2.699	5.129	7.352
Alimentos y Bebidas	2.048	2.722	3.849
No Comestibles	651	2.407	3.503
b) Duraderos	3.507	8.631	9.427
Bienes de Producción	70.193	101.392	168.881
a) Materias Primas y Auxiliares	55.601	78.967	135.383
b) Bienes de Inversión	14.592	22,425	33.398
Otros no Seleccionados	3.258	4.659	7.315

FUENTE: DIRECCION GENERAL DE ESTADISCA, S.C.

quedando para el año 1973 de la siguiente manera: República Federal Alemana 35.9% en las exportaciones y en las importaciones 43.2%, Francia 12.7% y 15.5%, Reino Unido 8.8% y 14.1%, Italia 20.6% y 9.3%, Países Bajos 12.8% y 8.8%, Bélgica - Luxemburgo 8.5% y 5.6%, Irlanda 0.1% y 2.5% y Dinamarca 0.7% y 1%.

EXPORTACIONES; el mayor incremento fue el del año 1972 y correspondió a los de alimentos y bebidas, el resultado de café y miel de abeja incrementaron un crecimiento en las ventas a dicho grupo siguió la expansión de materias primas y auxiliares habiendo salido en la mejoría de los envíos de algodón en rama, mercurio metálico y tabaco en rama.

El vigoroso aumento de 1973 con 62.1 millones de dólares se fincó en - las fuertes ventas de materias primas y auxiliares que estuvieron encabezadas - por el algodón, los envíos de bienes de consumo duradero llegaron a 14.5 millones de dólares debido al dinamismo de las remisiones de piezas sueltas y refacciones para automóviles, los bienes de consumo no duraderos sumaron 36.9 millones de dólares que se localizó en el grupo de los no comestibles y en los alimentos. (CUADRO No. 9, Pag. 58)

IMPORTACIONES; las compras mexicanas al C.C.E. en 1972 se caracterizaron por el aumento de bienes de producción con un valor de 265.9 millones de dólares distinguiéndose las adquisiciones de maquinaria para la industria textil, los bienes elaborados de uso intermedio se elevaron en 1972 a 194.3 millones de dólares sus rubros más constantes fueron las resinas naturales, las mezclas y - preparaciones para uso industrial y refacciones de metal para la maquinaria.

En 1972 los alimentos y bebidas adquiridas ascendieron a 24.6 millones de dólares, los que fueron leche en polvo y licores, los bienes de consumo duradero aumentaron en la compra de automóviles para ser armados en el país, peizas sueltas y sus refacciones.

En 1973 las importaciones estuvieron relacionadas con la compra de bienes de producción particularmente de los bienes elaborados de uso intermedio, - esto es, en las mezclas y preparaciones de uso industrial los bienes sumaron -- 274.3 millones de dólares, los bienes de consumo predominaron los alimentos y be bi das, los bienes duraderos destacaron las erogaciones de automóviles para ser - armados en el país con sus respectivas refacciones y piezas sueltas (CUADRO No. 10, Pag. 59)

C U A D R O 9

EXPORTACIONES DE MEXICO AL MERCADO COMUN EUROPEO POR GRUPOS

ECONOMICOS*

(Miles de Dólares)

CONCEPTO	1971	1972	1973
TOTAL	73.332	102.871	164.965
Bienes de Consumo	18.888	38.093	51.400
a) No Duraderos	10.962	29.010	36.907
Alimentos y Bebidas	10.407	26.499	30.469
No Elaborados	9.924	25.454	28.860
Elaborados	483	1.045	1.609
No Comestibles	555	2.511	6.438
b) Duraderos	7.926	9.083	14.493
Bienes de Producción	54.444	64.778	113.565
a) Materias Primas y Auxiliares	50.268	62.051	107.785
b) Bienes de Inversión	4.176	2.727	5.780

* Incluye Revaluación

FUENTES: DIRECCION GENERAL DE ESTADISTICA, S.C. Y BANCO DE MEXICO, S.A.

C U A D R O 10

IMPORTACIONES: MEXICO-MERCADO COMUN EUROPEO POR GRUPOS ECONOMICOS

(Miles de Dólares)

CONCEPTO	1971	1972	1973
TOTAL	466.518	576.399	644.815
Bienes de Consumo	82.481	110.908	140.300
a) No Duraderos	22.556	34.512	52.111
Alimentos y Bebidas	14.137	24.649	40.850
No Elaborados	327	3.962	6.660
Elaborados	13.810	20.687	34.190
No Comestibles	8.419	9.863	11.321
b) Duraderos	59.925	76.396	88.129
Bienes de Producción	384.037	465.491	504.515
a) No Elaborados o Semielaborados	4.158	5.261	8.413
b) Bienes Elaborados de Uso Intermedio	171.732	194.316	221.784
c) Bienes Finales	208.147	265.914	274.318

FUENTES: DIRECCION GENERAL DE ESTADISTICA, S.C. Y BANCO DE MEXICO, S.A.

5.6).- COMERCIO DE MEXICO CON LA ASOCIACION EUROPEA DE

LIBRE COMERCIO

En el año de 1972 y 1973 el saldo comercial negativo alcanzó sus máximos niveles al llegar 100.8 y 118.7 millones de dólares registrados, en 1971 fue de 78.5 millones de dólares ésto muestra la debilidad de nuestras exportaciones a esa área.

EXPORTACIONES; la venta en 1972 tuvo una baja en los envíos de alimentos y bebidas, que de 19.5 millones de dólares en 1971 pasó a 6.3 millones de dólares en 1972 y que afectaron las ventas de maíz y trigo a Suiza en 1973 se recuperaron 20.5 millones de dólares debido a la mayor embarcación de café a Suiza. En cuanto a los bienes de producción únicamente se registraron incrementos importantes en el renglón de materias primas y auxiliares, al pasar su valor entre -- 1971 y 1973 de 4,5 a 19.9 millones de dólares los bienes de inversión cayeron de 9.6 a 0.03 millones de dólares durante el mismo período, por la desaparición de la semilla vendida a Suiza. (CUADRO No. 11, Pag. 61)

IMPORTACIONES; en las compras mexicanas a la AELC destacan los bienes de producción que aportan alrededor del 90% del total adquirido en los años 1972-1973 dentro de este grupo el valor de los bienes de inversión pasó respectivamente de 64.6 a 86.5 millones de dólares se trata principalmente de maquinaria, - equipo y herramienta; el concepto de materias primas y auxiliares en los mismos años se desplazó de 38.3 a 46 millones de dólares sobre saliendo pasta de celulosa para la fabricación de papel, vitaminas y sus derivados, lingotes de acero, etc. Los bienes de consumo, el crecimiento más importante fue el del maíz. (CUADRO No. 12, Pag. 62)

5.7).- COMERCIO DE MEXICO CON EL CONSEJO DE AYUDA MUTUA

ECONOMICA

El comercio de México con el Consejo de Ayuda Mutua Económica, se recu

C U A D R O 11

EXPORTACIONES DE MEXICO A LA ASOCIACION EUROPEA DE LIBRE COMERCIO

POR GRUPOS ECONOMICOS*

(Miles de Dólares)

CONCEPTO	1971	1972	1973
TOTAL	34.039	18.529	42.422
Suma de los Grupos Seleccionados	33.814	18.157	41.997
Bienes de Consumo	19.635	6.664	21.727
a) No Duraderos	19.459	6.339	21.255
Alimentos y Bebidas	19.458	6.274	20.471
b) Duraderos	176	325	472
Bienes de Producción	14.179	11.493	20.270
a) Materias Primas y Auxiliares	4.532	10.990	19.924
b) Bienes de Inversión	9.647	503	346
Otros Grupos No Seleccionados	225	372	425

*Incluye Revaluación

FUENTES: DIRECCION GENERAL DE ESTADISTICA, S.C. Y BANCO DE MEXICO, S.A.

C U A D R O 12

IMPORTACIONES: MEXICO-ASOCIACION EUROPEA DE LIBRE COMERCIO POR
GRUPOS ECONOMICOS
(Miles de Dólares)

CONCEPTO	1971	1972	1973
TOTAL	112.576	119.373	161.161
Suma de los Grupos Seleccionados	106.636	110.699	149.332
Bienes de Consumo	14.901	7.816	16.894
a) No Duraderos	9.778	1.482	12.319
Alimentos y Bebidas	8.552	874	11.680
No Comestible	1,226	608	639
b) Duraderos	5.123	6.334	4.575
Bienes de Producción	91.735	102,883	132.438
a) Materias Primas Auxiliares	29.238	38.322	45.960
b) Bienes de Inversión	62.497	64.561	86.478
1) Para la agricultura	496	1.486	1.034
2) Para los transportes y telecomunicaciones	4.589	6.844	11.701
3) Para la industria, comercio y otros usos	57.412	56.231	73.743
Otros Grupos no Seleccionados	5.940	8.674	11.829

FUENTE: DIRECCION GENERAL DE ESTADISTICA, S.C.

peró en 1973 del fuerte descenso sufrido en 1972 el déficit vino a mejorar arrojando para México 3 millones de dólares y 1.4 para los años 1972-1973.

Los cambios experimentados estuvieron determinandos por la evolución de las exportaciones las que en 1972 se redujeron el 32.2% para el año siguiente si tuarse en 3.8% la participación de envíos a ese bloque dentro de los totales res pectivos no se aproxima al 1%.

Las reducciones de exportaciones mexicanas en 1972 estuvo influida por los menores envíos a Polonia y a la Unión Soviética, mientras que el avance de - 1973 estuvo determinado por los mayores suministros a Polonia, República Democrá tica Alemana y Checoslovaquia.

EXPORTACIONES; estas estuvieron reducidas y relacionadas en la desaparición de superfosfato triple y la del maíz con un valor de 1.3 y de 629,000.00 dólares en 1971 para 1972 los envíos de algodón en rama y de cinco en minerales concentrados no fueron suficientes para compensar ausencias de otros productos, en 1973 hubo recuperación de las exportaciones, obedeciendo a nuevas ventas de - hilaza o hilos de algodón sin mercerizar por 2.5 millones de dólares el incremen to en los suministros, la hilaza o hilos de fibras artificiales que alcanzaron - 1.4 millones de dólares, y a la nueva reaparición del café en grano por 840 mi-- llones de dólares, valores que redujeron la desaparición de embarques de algodón y cinco en minerales concentrados.

IMPORTACIONES; los bienes de producción siguieron manteniéndose, en - una posición predominante dentro de las importaciones mexicanas procedentes del consejo, y al igual que las exportaciones, la gran mayoría de los productos que lo integran son de una marcada inestabilidad, esto es para los años 1972 y 1973.

En el año de 1972 la reducción estuvo influida por las menores compras de tornos no especificados, máquinas fresadoras o talladoras, cuyos valores de - 412 y 212 millones de dólares resultaron inferiores a los correspondientes del - año anterior, además desapareció la adquisición de maquinaria rectilínea, para - fabricar géneros de punto que, tuvieron un valor de 225 millones de dólares, en 1971.

La contactación superó ligeramente el progreso, derivado de las mayores compras, particularmente de maquinarias circulares de mallosas interlock, junto con máquinas textiles para embobinar que, alcanzaron 2.7 millones de dólares y 512 millones de dólares, así con la aparición de instrumentos o aparatos para medir magnitud eléctrica con valor de 202 millones de dólares. (CUADRO No.13 Pag. 65)

5.8).- COMERCIO DE MEXICO CON ASIA

a).- PAISES EN DESARROLLO

El comercio de México con los países Asiáticos continuó creciendo, aparejado con el sustancial incremento en el saldo positivo cuyo nivel de registros en 1971, que fue de 1.6 millones de dólares y 14.8 y 13.9 millones de dólares para los años 1972 y 1973, esto se debió a los suministros de las exportaciones mexicanas, que tuvieron una gran movilización durante estos años antes señalados, estuvieron constituidas principalmente por artículos como; algodón en rama, ácido fosfórico, cable de metal aislado, aletas de tiburón y máquinas de escribir.

En el año 1972 los clientes principales fueron: China, Formosa, India, y Hong Kong, países a los que se le unieron Arabia Saudita en 1973.

Las exportaciones mexicanas, están señalando una gran venta seguida por la gran variedad de artículos expedidos a ese país.

Las importaciones mexicanas pasaron de 17.4, 17.6 y 44.1 millones de dólares para los años 1971, 1972 y 1973, estas compras se debieron a la de hule natural, canela, relojería, ropa, juguetería, siendo los principales proveedores; Hong Kong y Singapur, los cuales se situaron por debajo de China y Filipinas esto fue en el año de 1972.

C U A D R O 13

COMERCIO DE MEXICO CON EL CONSEJO DE AYUDA MUTUA ECONOMICA

(Miles de Dólares)

CONCEPTO	1971	1972	1973
Exportaciones*	5.544	3.761	7.812
Importaciones	7.131	6.762	9.173
Saldo	- 1.587	- 3.001	- 1.361
BULGARIA			
Exportaciones	(72)	-	-
Importaciones	3	4	1
Saldo	- 3	- 4	- 1
CHECOSLOVAQUIA			
Exportaciones	329	61	481
Importaciones	4.099	4.003	5.355
HUNGRIA			
Exportaciones	615	352	468
Importaciones	691	556	583
Saldo	- 76	- 204	- 115
POLONIA			
Exportaciones	2.016	1.635	3.991
Importaciones	522	471	451
Saldo	1.494	1.164	3.540
REPUBLICA DEMOCRATICA ALEMANA			
Exportaciones	1.694	1.599	2.552
Importaciones	1.356	1.318	2.073
Saldo	338	281	479
RUMANIA			
Exportaciones	238	2	21
Importaciones	11	16	72
Saldo	227	- 14	- 51
UNION SOVIETICA			
Exportaciones	652	112	299
Importaciones	449	394	638
Saldo	203	- 282	- 339

* Incluye Revaluación

FUENTES: DIRECCION GENERAL DE ESTADISTICA, S.C. Y BANCO DE MEXICO, S.A.

5.8.1).- I N D I A

a) EXPORTACIONES; los envíos de ácido fosfórico continuaron siendo determinantes en el crecimiento de las exportaciones mexicanas a la India, ya que dichos envíos representaron el 57.2%.

Otros envíos importantes fueron las embarcaciones de hélice, de cualquier clase, de más de 10 mts. de eslora, los de Mercurio metálico, los cuales habían desaparecido en el año de 1971 y ácido nítrico.

En 1973 los suministros de ácido fosfórico aumentaron a 7.8 millones de dólares, compensando la desaparición de embarcaciones de hélice y la de la caída de los de mercurio metálico, los envíos de ácido cítrico se elevaron a su vez a 374.000 dólares.

IMPORTACIONES; en 1972 las importaciones mexicanas procedentes de la India siguieron estando integrados por un reducido número de productos, entre los cuales destacó la margarina u oleo margarina emulsionada, goma de laca que su bió en comparación al año 1971, la desaparición de las compras de margarina de oleo, margarina emulsionada y la fuerte reducción en las gomas de laca y de tejidos de yute, determinaron el descenso registrado en el total de 1973, se apreciaron algunos aumentos en las adquisiciones de fibras de palmera, hilados de yute y de productos químicos orgánicos.

5.8.2).- HONG KONG

a) Al igual que en años anteriores las exportaciones mexicanas a Hong Kong estuvieron determinadas por la evolución de envíos de algodón en rama los cuales redujeron su valor a una cantidad de 884.000 dólares, contra 1.5 millones en 1971.

Este descenso no pudo ser compensado por el aumento en los principales suministros de aletas de tiburón y de telas de algodón de tejido no liso. Los

envíos de exportación estuvieron recuperados en 1973, con la mayor venta de algodón, que alcanzaron 1.2 millones de dólares y de las de aletas de tiburón, a las que se unieron las telas de fibra artificiales o seda no especificada, hilaza o hilos de algodón sin mercerizar y fibras artificiales sin considerar el origen, estos embarques superaron ampliamente la desaparición de las telas de algodón de tejido no liso y las de sulfato de calcio mineral.

b) IMPORTACIONES: en 1972 las importaciones mexicanas procedentes de Hong Kong se recuperaron del descenso sufrido en 1971, mejoría que se debió principalmente en la aparición de compras de epsilon caprolactama y aumento en las de maquinaria, aparatos eléctricos u objetos destinados a usos eléctricos, ambos superaron la disminución en las adquisiciones de prendas de vestir y sus accesorios, continuando con el retroceso en la adquisición de estos últimos y la caída en las de las máquinas o aparatos eléctricos u objetos variados a la de uso doméstico contribuyeron, junto con la de otros productos, a la reducción en las importaciones de 1973, no obstante los nuevos avances en las adquisiciones de relojería, epsilon caprolactama y juguetes, juegos, artículos para recreo y deportes. (CUADRO No. 14, Pag. 68)

5.8.3).- J A P O N

El intercambio comercial entre México y Japón en 1972 y 1973 superó - los niveles registrados con anterioridad, evolución que tuvo como característica el que los saldos tradicionalmente positivos para el país se volvieran negativos.

Los suministros mexicanos a Japón sumaron 111.3 y 146.6 millones de dólares en 1972-1973 respectivamente; su participación relativa dentro del total - exportado por México pasó de 6.7% a 7.1%. A su vez, las compras mexicanas se elevaron a 115.4 y 177.0 millones de dólares para los años 1972-1973, representándose 4.2 y 4.7% de las importaciones mexicanas totales.

El superávit para México de 4.5 millones de dólares para el año de 1971, se convirtió en déficit de 4.1 millones de dólares en el año de 1972 y de 31.3 millones de dólares para 1973.

C U A D R O 14

MEXICO: PRINCIPALES ARTICULOS IMPORTADOS DE HONG KONG

(Miles de Dólares)

CONCEPTO	1971	1972	1973
TOTAL	3.786	4.557	4.349
Relojería	560	569	830
Epsilon Caprolactama	-	522	773
Máquinas o aparatos eléctricos u objetos destinados a usos electrónicos	492	834	702
Juguetes, juegos artículos para recreo y deportes	190	228	434
Prendas de vestir y sus accesorios de tejidos	972	905	349
Calderas, máquinas, aparatos o artefactos mecánicos	126	79	180
Perlas finas, piedras preciosas o semipreciosas y similares	108	220	179
Artículos confeccionados con tejidos n.e.	326	179	139
Géneros de punto	152	74	108
Otros	860	947	655

FUENTE: DIRECCION GENERAL DE ESTADISTICA, S.C.

a) EXPORTACIONES: dentro de las exportaciones mexicanas a Japón la mayor relevancia siguió correspondiendo a los productos primarios, materias primas y bienes de consumo, en estos progresos destacaron el avance de los envíos de - sal común, los de camarón fresco, seco, maíz, las materias primas y auxiliares, esto corresponde para los años de 1972 y 1973.

El nuevo avance de 1973, estuvo a cargo en la fuerza de las materias - primas y auxiliares que se situaron en 108.8 millones de dólares que aumentaron en 21.3 millones, en menor grado a los de bismuto en barras, lo cual compensó ampliamente el descenso en las ventas de algodón en rama. (CUADRO No. 15, Pag. 70)

b) IMPORTACIONES: las compras realizadas al Japón en 1972-1973, siguieron siendo tradicionalmente por el predominio de los bienes de producción.

Sobresalió la aparición de las compras de turbinas de toda clase por 6.2 millones y un aumento en la de los transformadores eléctricos y sus partes, los aparatos para medir líquidos, gases, y los de maquinaria para generar ener-- gía eléctrica.

Otro grupo cuyas compras estuvieron influenciadas en el crecimiento de las importaciones fueron los bienes de consumo duradero, entre los que figuraron el equipo de telecomunicaciones para radio vehículos, los automóviles para ser - armados en el país, y las partes sueltas o piezas de refacción para su automóvil. (CUADRO No. 16, Pag. 71)

Los bienes finales fueron otra vez determinantes en el comportamiento alcista de las importaciones de 1973, al elevarse a 80.5 millones de dólares y - de las cuales destacó el dinamismo de las adquisiciones de maquinaria para generar energía eléctrica, para la industria textil, los generadores y motores eléc- tricos y los estatores o rotores eléctricos.

Los bienes elaborados de uso intermedio se recobraron del estancamien- to de 1972 y subieron con el resultado de las mayores compras de láminas de hie- rro, refacciones de metal para maquinarias, piezas para instalaciones eléctricas y de resinas sintéticas.

C U A D R O 15

EXPORTACION DE MERCANCIAS DE MEXICO A JAPON POR GRUPOS ECONOMICOS*

(Miles de Dólares)

CONCEPTO	1971	1972	1973
TOTAL	94.560	111.257	146.563
Bienes de Consumo	14.358	23.586	36.047
a) No Duraderos	11.636	20.356	29.644
Alimentos y Bebidas	11.488	20.154	29.233
No Elaborados	11.204	20.022	28.665
Elaborados	284	132	568
No Comestibles	148	202	411
b) Duraderos	2.722	3.230	6.403
Bienes de Producción	80.202	87.671	110.516
a) Materias Primas y Auxiliares	80.003	87.500	108.834
No Elaborados	74.251	81.726	80.705
Elaborados	5.752	5.774	28.129
b) Bienes de Inversión	199	171	1.682

*Incluye Revaluación.

FUENTE: DIRECCION GENERAL DE ESTADISTICA, S.C. Y BANCO DE MEXICO, S.A.

C U A D R O 16

MEXICO: IMPORTACION DE MERCANCIAS DE JAPON POR GRUPOS ECONOMICOS

(Miles de Dólares)

CONCEPTO	1971	1972	1973
TOTAL	89,936	115.431	177.893
Bienes de Consumo	23.948	31.106	31.795
a) No Duraderos	4.585	5.722	4.644
Alimentos y Bebidas	98	173	127
No Elaborados	11	35	11
Elaborados	87	138	116
No Comestibles	4.487	5.549	4.517
b) Duraderos	19.363	25.384	27.151
Bienes de Producción	65.988	84.325	146.098
a) No Elaborados o Semielaborados	719	180	384
b) Bienes Elaborados de uso inter-medio	38.401	38.508	65.217
c) Bienes Finales	26.868	45.637	80.497

FUENTE: DIRECCION GENERAL DE ESTADISTICA, S.C.

5.9).- COMERCIO DE MEXICO CON AFRICA

a).- PAISES EN DESARROLLO

El comercio de México con los países en desarrollo de Africa, continuó registrando valores sumamente reducidos en 1972-1973 la evolución de este comercio destacó la irregularidad de las exportaciones que tras haber alcanzado 1.2 y 3.6 millones de dólares en 1972, para 1973 fue de 1.5 millones de dólares.

En cambio las importaciones se elevaron de 2.1 a 3.1 y 9.1 millones de dólares, para los años 1971, 1972 y 1973. Como resultado de esto, un saldo deficitario por 888,000 dólares que dicho comercio arrojó para México en 1971, se -- convirtió en positivo por medio millón de dólares en 1972, para el año siguiente es negativo por 7.5 millones de dólares.

El mercado más importante para los productos mexicanos dentro de este grupo en 1972 fue Argelia con 87% del total, seguida por Libia con un total de - 16.3% para 1973 las ventas de mayor significación correspondieron a Libia (42.5%) y a continuación las dirigidas a Liberia con 22.6% posteriormente sigue Zaire con 8.4%.

En cuanto a las importaciones mexicanas procedentes de ese grupo de - países, el principal proveedor en 1972 fue Marruecos con 94% esto motivó a que - Libia con 54.9% ocupara la posición de principal abastecedor del mercado en 1973, al que siguieron Kenya con 20.2% y República Centro Africana con 15.8% de los - que se adquirió el maíz.

5.9.1).- S U D A F R I C A

En 1972 y 1973 el intercambio comercial entre México y Sudáfrica mantuvo su tendencia alcista de los últimos años, proceso que llevó al parejo con un - saldo adverso para México y que alcanzó 2. y 28.4 millones de dólares respectivamente.

En los años antes mencionados con esta integración, las exportaciones mexicanas sumaron 763,000 y 1.5 millones de dólares en ambos años que estuvieron integrados por partes sueltas para motor o transmisiones de automóviles, partes de hierro o acero aun ligados con otros metales para máquinas, entre los artículos que se iniciaron en el año 1973, figuran los éteres, automóviles para el transporte hasta 10 personas, máquinas registradoras de ventas partes sueltas para la carrocería de sus automóviles.

Las importaciones provenientes de Sudáfrica subieron en gran proporción estas compras estuvieron constituidas por una gran variedad, como los de producción y productos de materia prima.

5.10).- COMERCIO DE MEXICO CON AUSTRALIA

Las transacciones comerciales de México con Australia han registrado tradicionalmente valores escasos con saldos deficitarios al primer país. En 1972 y 1973 las exportaciones mexicanas a ese mercado sumaron respectivamente 2 y 7.3 millones de dólares.

Las importaciones a su vez, fueron de 8.2 y 11.6 millones de dólares en los mismos años.

Exportaciones; las de mayor contribución durante 1972-1973 correspondió a los bienes de producción que se catalogó en 46.3% y 65.3% para cada año, dentro de este grupo genérico la mayor proporción corresponde a la venta de materia prima y auxiliares, esta nueva venta estuvo incrementada por semillas de cártamo, algodón, floruro de aluminio y manteca de cacao, así como en el incremento de las correspondientes a hormonas naturales o sintéticas, preparados con medicamentos de cualquier clase.

En bienes de consumo duradero, se mostró un tanto dinámico, pero su participación relativa en el total respectivo disminuyó de 42.6 a 30.9%, las ventas más importantes fueron las de consumo duradero, en las que destacaron los artículos que registraron las ventas de alhajas de plata, prendas de vestir y artefactos de ónix.

Se registraron por primera vez ventas de partes sueltas para aparatos de televisión.

Entre los bienes de consumo no duraderos sobresalieron las ventas de bebidas y alimentos. (CUADRO No. 17, Pag. 75)

Importaciones: los renglones de mayor significación son los de bienes de producción, los de materia prima y auxiliares, dentro de éstos las tres cuartas partes de las importaciones totales corresponden a las de lana el 59.8%.

El de bienes de inversión se movió de 528,000 dólares en 1972 a 1.5 millones de dólares en 1973.

En las de consumo disminuyeron en un total de 17.5 a 7.1% de uno a otro año citado. (CUADRO No. 18, Pag. 76)

5.11).- COMERCIO DE MEXICO CON NUEVA ZELANDIA

Las transacciones entre estos países en cuestión comercial se registraron valores reducidos con saldos adversos y crecientes para el primer país, en 1972 y 1973 las exportaciones a Nueva Zelanda sumaron 54,000 y 33,000 dólares, las demás importaciones fueron de 3.5 y 5.6 millones de dólares, consecuentemente del saldo para México.

Exportaciones: estas exportaciones están integradas por bienes de producción, lo cual los años 1972 y 1973 representaron 74.1 y 88.1% de los totales exportados, en la de materias primas y auxiliares y de bienes de inversión destacaron los artículos como son máquinas registradoras de ventas, calculadoras, sumadoras, con funcionamiento de palanca.

Los bienes de consumo también aumentaron en términos absolutos pero en su total de incremento se redujo de 22.2 a 7.9%. En 1972 las principales ventas estuvieron compuestas por materia prima y auxiliares, considerando tres de éstas por un bien de consumo duradero. (CUADRO No. 19, Pag. 77)

C U A D R O 17

EXPORTACIONES DE MEXICO A AUSTRALIA POR GRUPOS ECONOMICOS*

(Miles de Dólares)

CONCEPTO	1971	1972	1973
TOTAL	1.123	2.012	7.266
Suma de los Grupos Seleccionados	1.354	1.793	7.011
Bienes de Consumo	850	857	2.246
a) No Duraderos	212	46	746
Alimentos y Bebidas	101	25	679
No Comestibles	111	21	67
b) Duraderos	638	811	1.500
Bienes de Producción	504	936	4.765
a) Materias Primas y Auxiliares	489	736	3.748
b) Bienes de Inversión	15	200	1.017
Otros Grupos no Seleccionados	69	219	255

*Incluye Revaluación.

FUENTE: DIRECCION GENERAL DE ESTADISTICA, S.C. Y BANCO DE MEXICO, S.A.

C U A D R O 18

MEXICO: IMPORTACIONES DE AUSTRALIA POR GRUPOS ECONOMICOS

(Miles de Dólares)

CONCEPTO	1971	1972	1973
TOTAL	9.908	8.166	11.602
Suma de los Grupos Seleccionados	9.794	7.966	11.389
Bienes de Consumo	762	1.431	821
a) No Duraderos	592	1.110	542
Alimentos y Bebidas	592	1.110	542
b) Duraderos	170	321	279
Bienes de Producción	9.032	6.535	10.568
a) Materias Primas y Auxiliares	8.730	6.007	9.026
b) Bienes de Inversión	302	528	1.542
Otros Grupos no Seleccionados	114	200	213

FUENTE: DIRECCION GENERAL DE ESTADISTICA, S.C.

C U A D R O 19

EXPORTACIONES DE MEXICO A NUEVA ZELANDIA POR GRUPOS ECONOMICOS

(Miles de Dólares)

CONCEPTO	1971	1972	1973
TOTAL	13	54	353
Suma de los Grupos Seleccionados	11	52	339
Bienes de Consumo	5	12	28
a) No Duraderos	3	4	6
Alimentos y Bebidas	2	-	3
No Comestibles	1	4	3
b) Duraderos	2	8	22
Bienes de Producción	6	40	311
a) Materias Primas y Auxiliares	3	40	251
b) Bienes de Inversión	3	(402)	60
Otros Grupos no Seleccionados	2	2	14

() Dólares

FUENTE: DIRECCION GENERAL DE ESTADISTICA, S.C.

Importaciones: las que más correspondieron en adquisiciones son bienes de consumo, los alimentos y bebidas en menor grado las de grasa butiricadeshidratada, así como leche en polvo, carne de ovino y mantequilla, ésto trajo como consecuencia un desembolso de 834,000 dólares.

Las compras de bienes de producción perdieron importancia que se incrementaron en un 39.4% en 1972 a 20.4% en 1973.

Este hecho se debió a la suspensión de compra de harina de animales marinos. (CUADRO No. 20, Pag. 79)

5.12).- COMERCIO EXTERIOR DE MEXICO CON LOS BLOQUES ECONOMICOS EN LOS ULTIMOS AÑOS

En 1970 nuestras exportaciones a Centro América estuvieron bastante movilizadas, y alcanzaron la cantidad de \$347,482 millones, que para el año 1975 alcanzaron \$ 1'103,534 millones. La balanza comercial de México con Centro América ha mostrado siempre un saldo favorable para México. A partir de 1972, la importación de productos de Centro América, complementarios de nuestra producción, dando preferencia para importar de ese país materias primas que, antes venían de Europa, Asia, África. Se ha puesto especial énfasis, también en la creación de industrias multinacionales con capital mexicano, y de aquellos países a fin de producir, para satisfacer la necesidad del mercado doméstico, para exportar a terceros países, y para enviarnos, por intercambio, componentes o materias primas a nuestra industria.

Las importaciones mexicanas procedentes de esta zona están constituidas, principalmente por hule natural, látex de aceite de citronela, madera y mármol.

Hasta 1971 las exportaciones mexicanas a Centro América estaban constituidas fundamentalmente por materias primas y productos primarios.

En 1972 se introdujeron al mercado Centro Americano 122 nuevos productos (No tradicionales) principalmente manufacturados para uso doméstico y maqui-

C U A D R O 20

MEXICO: IMPORTACIONES DE NUEVA ZELANDIA POR GRUPOS ECONOMICOS

(Miles de Dólares)

CONCEPTO	1971	1972	1973
TOTAL	2.824	3.492	5.597
Suma de los Grupos Seleccionados	2.822	3.491	5.596
Bienes de Consumo	1.904	2.116	4.455
Alimentos y Bebidas	1.904	2.116	4.455
Bienes de Producción	918	1.375	1.141
a) Materias Primas y Auxiliares	916	1.358	1.141
b) Bienes de Inversión	2	17	-
Otros Grupos no Seleccionados	2	1	1

FUENTE: DIRECCION GENERAL DE ESTADISTICA, S.C.

naria industrial.

En la actualidad es menor la cantidad de materias primas que exportamos y el porcentaje que va en aumento de productos manufacturados, incluyéndose, entre otros, partes automotrices, vehículos automotores para transporte de carga y de pasajeros, estufas de gas, aparatos eléctricos domésticos, medicinas, productos químicos farmacéuticos, libros impresos y maquinaria para toda la industria.

La balanza comercial con los países del caribe ha sido siempre favorable a nuestro país, si en 1970 ascendía a \$ 76'984,000.00 para 1975 alcanzó --- \$ 468'653.000.00 en millones de pesos.

Nuestras exportaciones a estos países están compuestas por materiales para transporte, maquinaria y algunas materias primas para industrias, concluyendo nuestras ventas que, están integradas especialmente por manufacturas, y nuestras compras son básicamente de materias primas. El comercio con la Habana, Cuba, se realizó a través de convenios suscritos entre México y Cuba en los sectores de la industria azucarera, siderúrgica, mecánico, petroquímica y turismo.

En 1971 nuestras ventas alcanzaron los \$ 802'000,000 y en 1974 fue de \$ 150'000.000.00 millones de pesos, durante 1975 rebasaron \$ 370'000,000.00 millones de pesos con un saldo favorable para México de \$ 352'476,000.00 M.N.

En términos generales, se observa que nuestras exportaciones se componen de manufacturas (bombas para líquido, válvulas, interruptores, básculas, cemento), y de productos primarios cafe, cacao, frijol y garbanzo.

5.12.1).- AMERICA DEL SUR

La tercera medida se hace evidente al comprador que en 1960, cuando se firmó el tratado de Montevideo, el valor del intercambio comercial de México con los países miembros de la ALALC fue de 9.3 millones de dólares, en 1971 de 196 y 679.8 millones de dólares en 1975.

Para 1971 significó 5.1% total negociados del país, en 1975 se presentó 7.2%. A partir de 1971 el comercio de México con los países Sudamericanos ha ido creciendo paulatinamente pero firme.

En 1972 México tuvo un comercio más dinámico para ese bloque, esto se debe en parte, al mejor comportamiento general de las exportaciones y a la expansión de la economía mexicana, que requirió fundamentalmente la importancia de fuertes volúmenes de energéticos como el petróleo crudo. El intercambio total fue de 260.6 millones de dólares, saldo favorable para México de 21 millones de dólares.

En el año de 1973 resintió características muy particulares para México en lo que a su comercio se refiere con el cono sur, las exportaciones mexicanas a la zona superaron los 160 millones de dólares por primera vez desde que se creó la ALALC México registró un saldo deficitario de 28.6 millones de dólares, el crecimiento de las exportaciones no se vió y el de las importaciones aumentó y, con más a Venezuela debido a compras del petróleo con un déficit de 52.6 millones de dólares en total.

El comercio exterior de México con este bloque en 1974, tuvo las mismas características del año anterior, las exportaciones superaron los 250 millones de dólares siguiendo el déficit con 33.7 millones de dólares a causa de la compra a Venezuela de productos del petróleo, con quien el déficit fue de 93.2 millones de dólares.

En 1975 el comercio de México con los miembros de la ALALC registró nuevamente un saldo deficitario récord de 114.1 millones de dólares, esto significó un 7.2% de nuestro intercambio total.

El ritmo de exportaciones e importaciones registra el mismo detalle con el aumento en las compras a la Argentina, considerando el 42% total.

En el año las exportaciones ascendieron a 267.9 millones de dólares considerando el 2% por encima de las de 1974.

5.12.2).- EUROPA OCCIDENTAL

El comercio entre México y Europa Occidental ha sido tradicionalmente favorable a Europa Occidental por supuesto, existe un atenuante; las exportaciones mexicanas han sido tradicionales también, integradas únicamente por materias primas y productos en escasos grados de elaboración.

Los ingresos provenientes de la exportación a esos mercados ha presentado pués, constantes y amplias fluctuaciones dadas las variaciones de los precios a que están sujetos esos productos.

Nuestras importaciones de los mismos países están compuestas fundamentalmente por productos manufacturados y aparatos de alta precisión.

El panorama que se presentaba era poco halagueño en el intercambio, debido a materias primas o semielaborados que redituaban ingresos mínimos, y en sentido opuesto las materias primas ya transformadas así como una diversidad de aparatos y maquinarias orientadas a la explotación de dichas materias primas, esto ha sido la causa de nuestro lamentable déficit con los países de la zona Europea. En el primer año de nuestra década, la balanza comercial muestra aspectos lamentables de ver, solo con la excepción de Grecia y Portugal, con estos países, los saldos fueron favorables en 4 y 3.5 millones de dólares, hacemos mención que, en el período que antecede a la fecha señalada nuestro déficit con los demás países del área se agudizaba permanentemente y a un ritmo constante; cada año se eleva nuestro monto de importaciones a un ritmo mucho mayor que el incremento de nuestras exportaciones.

Los esfuerzos actuales no se han hecho esperar, artículos que reúnen diversas normas de calidad, altas especificaciones y exigencias del consumidor, como el caso del calzado, ha logrado introducirse con gran aceptación en el mercado Europeo.

Estos casos han tenido lugar en el 2o. mercado más competido del mundo, algunos de nuestros productos, considerados exóticos han sido aceptados y que satisfacen las exigencias, como las recientes exportaciones de mango al mercado Escandinavo.

Es sumamente importante señalar que la corriente de productos ha sido modificada, hoy en día nuestro país introduce productos manufacturados de alta - calidad en el mercado Europeo.

La gran utilidad reportada por el sistema generalizado de preferencia que otorga nuestro gobierno, junto con estímulos fiscales y apoyos financieros - ha permitido que productos mexicanos con un alto grado de transformación, y artí culos finales sean adquiridos en aquellos países.

A través de organismos mexicanos para promover el comercio, ha firmado acuerdos de colaboración con R.S.R. de Yugoslavia, con la Cámara de la Repúbli - ca Democrática Alemana, con la U.R.S.S., Checoslovaquia, Rumanía y Bulgaria.

Están conscientes los países europeos del área socialista que el inter cambio comercial dista mucho de responder a las posibilidades reales, están tra - tando de incrementarlo a través de un mejor conocimiento de las estructuras de - comercio exterior, se trata de aprovechar sus programas de desarrollo y de las - coyunturas en que ambos sentidos se presentan.

5.12.3).- ASIA Y OCEANIA

En 1971 se inició la corriente comercial entre China y México y, aun-- que las cifras solo alcanzaron el nivel de 4 millones de dólares marcaron el in - tercambio que en los años siguientes se ha incrementado a un ritmo constante. En 1972 se pactaron realizar exposiciones en ambos países y en el año 1973 se -- llevaron a cabo, posteriormente con el convenio establecido se llevó una exposi - ción mexicana en Pekín, a través de convenios y comisiones mixtas se ha estable - cido el intercambio comercial entre ambos países, como resultado de estas conver siones México ha podido diversificar sus exportaciones, en 1971-1972 sólo se ven día algodón y en 1974-1975 exportamos café, azufre, semilla de trigo, plomo, ca - cao, etc.

La participación de China en el comercio global de México no es muy al ta (en 1974-1975 fue de 0.5%), señalando que nuestro país ha acumulado un superá vit de 30 millones de dólares entre el período 1971-1975 con la China.

5.12.4).- J A P O N

El intercambio comercial durante la década de los sesenta ha sido constante, oscilando alrededor de 150 millones de dólares, en ese entonces la lista de exportaciones era de materia prima, en la actualidad la exportación antes señalada son los principales, pero el camarón y el café ha tenido impacto con su - calidad y sus ventas son fuertes.

Entre 1971-1974 el intercambio ha estado aumentando y Japón es el tercer socio comercial (E.E.U.U. y R.F.A. ocupan los lugares anteriores).

La disminución de nuestras exportaciones al Japón tiene explicación y se debe a la crisis energética de 1973, precipitó a la economía japonesa en 1974-1975 la cual, se está recuperando.

5.12.5).- NORTEAMERICA

Los E.E.U.U. han sido, desde que México nació como país independiente, el principal comprador de los productos mexicanos y el más importante proveedor de los productos y tecnología.

En los últimos 6 años el porcentaje de las exportaciones e importaciones mexicanas destinadas y provenientes de los E.E.U.U. se han movido entre el - 60 y 70% del total de nuestras operaciones.

El déficit de nuestra balanza comercial se ha venido registrando en - forma creciente desde los años cuarenta, cosa que es difícil de que algún día se salga del déficit comercial con los E.E.U.U. (CUADRO No. 21 y 22, Pag. 85 y 86 - respectivamente)

MEXICO: ESTRUCTURA DE LAS IMPORTACIONES Y BLOQUES ECONOMICOS

(Miles de Dólares)

C O N C E P T O	1971		1972		1973	
	VALOR	% DEL TOTAL	VALOR	% DEL TOTAL	VALOR	% DEL TOTAL
TOTAL (a)	2'253,984	100.0	2'717,866	100.0	3'812,656	100.0
Países Desarrollados	2'064,248	91.7	2'461,373	90.4	3'387,724	88.9
Países en Desarrollo	180,898	7.9	247,145	9.2	401,374	10.5
Países de Economía Centralmente Planificada (b)	8,838	0.4	9,348	0.4	23,558	0.6
AMERICA	1'494,539	66.3	1'798,249	66.2	2'654,787	69.7
América del Norte	1'373,375	61.0	1'629,598	60.0	2'356,860	61.9
Estados Unidos (a)	1'325,175	58.8	1'555,007	57.2	2'271,824	59.7
Canadá	48,200	2.2	74,591	2.8	85,036	2.2
Mercado Común Centroamericano	2,734	0.1	4,701	0.2	6,886	0.2
Mercado Común del Caribe	386	-	317	-	9,196	0.2
Asociación Latinoamericana de Libre Comercio	79,657	3.5	119,811	4.4	192,975	5.1
Resto de América	38,387	1.7	43,822	1.6	88,870	2.3
EUROPA	634,600	28.2	768,297	28.3	887,199	23.2
Comunidad Económica Europea	466,518	20.7	576,399	21.2	644,815	16.9
Asociación Europea de Libre Comercio	112,576	5.0	119,373	4.4	161,161	4.2
Consejo de Ayuda Mutua Económica (c)	7,131	0.3	6,762	0.3	9,173	0.2
Resto de Europa	48,375	2.2	65,763	2.4	72,050	1.9
ASIA	107,329	4.7	133,062	4.9	221,994	5.8
Japón	89,936	4.0	115,431	4.2	177,893	4.7
Resto de Asia	17,393	0.7	17,631	0.7	44,101	1.1
AFRICA	4,720	0.2	6,312	0.2	31,450	0.8
Sudáfrica	2,655	0.1	3,231	0.1	22,399	0.6
Resto de África	2,065	0.1	3,081	0.1	9,051	0.2
OCEANIA	12,796	0.6	11,946	0.4	17,226	0.5
Australia	9,908	0.5	8,166	0.3	11,603	0.3
Nueva Guinea	58	-	267	-	(40)	-
Nueva Zelandia	2,824	0.1	3,492	0.1	5,597	0.2
Resto de Oceanía	6	-	21	-	26	-

() Dólares.

(a) Excluye operaciones de las empresas maquiladoras establecidas en las zonas y perímetros libres del país.

(b) Incluye a la República Popular China y a Cuba.

(c) Cuba quedó incluida en el grupo "Resto de América".

NOTA: "Países Desarrollados" comprende: Estados Unidos, Canadá, Comunidad Económica Europea, Asociación Europea de Libre Comercio (excepto Portugal), Finlandia, Japón, República de Sudáfrica, Australia y Nueva Zelandia.

"Países en Desarrollo" comprende: El Resto del Mundo menos los Países de economía centralmente planificada.

FUENTE: DIRECCION GENERAL DE ESTADISTICA, S.C. Y BANCO DE MEXICO, S.A.

MEXICO: SALDOS DEL COMERCIO EXTERIOR POR CONTINENTES

Y BLOQUES ECONOMICOS

(Miles de Dólares)

CONCEPTO	1971	1972	1973
TOTAL	890,617	1'052,603	1'749,414
Países Desarrollados	915,235	1'085,367	1'707,577
Países en Desarrollo	15,503	9,162	68,433
Países de Economía Centralmente Planificada (a)	9,115	23,602	26,596
AMERICA	375,745	434,069	1'062,469
América del Norte	427,230	487,405	1'037,860
Estados Unidos	400,019	433,555	983,200
Canadá	27,211	53,850	54,660
Mercado Común Centroamericano	20,662	30,765	45,067
Mercado Común del Caribe	1,862	1,818	5,406
Asociación Latinoamericana de Libre Comercio	44,649	27,235	20,482
Resto de América	15,688	6,482	43,788
EUROPA	506,920	617,377	631,623
Comunidad Económica Europea	393,186	473,528	479,850
Asociación Europea de Libre Comercio	78,537	100,844	118,739
Consejo de Ayuda Mutua Económica (b)	1,587	3,001	1,361
Resto de Europa	33,610	40,004	31,673
ASIA	6,235	10,585	17,470
Japón	4,624	4,174	31,330
Resto de Asia	1,611	14,759	13,860
AFRICA	2,897	1,958	28,359
Sudáfrica	2,009	2,468	20,850
Resto de Africa	888	510	7,509
OCEANIA	11,290	9,784	9,493
Australia	8,485	6,154	4,337
Nueva Guinea	58	267	4
Nueva Zelandia	2,811	3,438	5,244
Resto de Ocanía	64	75	84

NOTA: "Países Desarrollados" incluye: Estados Unidos, Canadá, Comunidad Económica Europea, Asociación Europea de Libre Comercio (excepto Portugal), Finlandia, Japón, República de Sudáfrica, Australia y Nueva Zelandia.

"Países en Desarrollo" incluye: Al resto del Mundo menos los países de economía centralmente planificada.

(a) Incluye a la República Popular China y a Cuba

(b) Cuba quedó incluida en el grupo "Resto de América"

FUENTES: DIRECCION GENERAL DE ESTADISTICA, S.C.A. Y BANCO DE MEXICO, S.A.

C A P I T U L O 6

CREACION, DESARROLLO Y OBJETIVOS DEL
INSTITUTO MEXICANO DE COMERCIO EXTERIOR

En vista de que nuestra Balanza Comercial se encuentra en desequilibrio, inclinándose hacia las importaciones y tratando de buscar una forma de nivelar la economía del país: el presente trabajo analiza los objetivos y funciones del INSTITUTO MEXICANO DE COMERCIO EXTERIOR, que se creó por Ley el 29 de Diciembre de 1970, para centralizar a nivel de coordinación, las actividades del Comercio Exterior nacional.

Para tales efectos, presentamos a dicho organismo, desde la Ley que lo crea hasta el Organigrama estructural del mismo. Asimismo, efectuamos un análisis de cada una de las Direcciones que lo integran, para posteriormente comparar los objetivos detectados con la información obtenida en la investigación de campo realizada con empresas localizadas en el Distrito Federal y Zonas Industriales aledañas, con el objeto de medir hasta que grado se han cumplido los objetivos asignados a dicho Instituto.

6.1).- OBJETIVOS Y FUNCIONES GENERALES DEL INSTITUTO

MEXICANO DE COMERCIO EXTERIOR

Este Instituto es una persona moral de derecho público, un organismo descentralizado con personalidad jurídica y patrimonio propios, que se creó con el fin de promover el comercio exterior de nuestro país.

Asumió las funciones que hasta el momento de su creación desarrollaban los siguientes organismos: el Consejo Nacional de Comercio Exterior; el Comité - Coordinador de la Promoción del Comercio Exterior; el Centro Nacional de la Promoción del Comercio Exterior; el Centro Nacional de Información sobre Comercio - Exterior; el Comité de Importaciones del Sector Público; la Comisión Nacional de Fletes Marítimos; la Comisión para la Protección del Comercio Exterior y el Departamento de Intercambio Compensado del Banco Nacional de Comercio Exterior, S.A. Todos estos organismos constituyen un verdadero antecedente del I.M.C.E., el -- cual labora en relación muy estrecha con las Secretarías de Comercio, Hacienda y Crédito Público y Relaciones Exteriores.

Entre las atribuciones más importantes que la Ley le concede, el I.M.C.E. está encargado de fomentar el comercio exterior del país en todos sus aspectos y debe:

- 1) Estudiar y proyectar políticas, planes y programas en materia de Comercio Exterior.
- 2) Coordinar las actividades de los Sectores Públicos y privados que - participan en el Comercio Exterior.
- 3) Fungir como órgano de consulta y estudiar los factores que indican, en el Comercio Exterior del país.
- 4) Promover la asociación de productores, comerciantes, distribuidores y exportadores, a fin de estimular y promover el incremento del Comercio Exterior.

- 5) Detectar los productos mexicanos con demanda en el exterior y realizar una labor permanente de difusión en el mercado internacional de los productos nacionales.
- 6) Sugerir el establecimiento de industrias y otras actividades orientadas a la exportación.
- 7) Colaborar en la fijación de las normas de calidad de los productos destinados a la exportación, así mismo vigilar sean cumplidas.
- 8) Informar a los productores, comerciantes, distribuidores y exportadores de las posibilidades que ofrezca el mercado internacional, ponerlos en contacto con posibles compradores de productos mexicanos a través de los consejeros comerciales en el exterior, auxiliarlos en la colocación de artículos y prestaciones de servicios en el exterior.
- 9) Proporcionar a exportadores la asesoría técnica que requieran, incluyendo orientaciones en materia de diseño industrial, empaque y embalaje, así como en el registro de patentes y marcas internacionales; la orientación en los trámites del Comercio Exterior ante las Secretarías de Estado, Organismos Descentralizados y Empresas de Participación Estatal.
- 10) Emitir las opiniones que le soliciten los dependientes del Ejecutivo Federal sobre:
 - a) Aranceles
 - b) Controles de Importación y Exportación
 - c) Estímulos Fiscales.
 - d) Créditos de Comercio Exterior y en general todo lo relacionado con el Comercio Exterior.
- 11) Promover la exportación de artículos artesanales e impulsar la de productos semifabricados y manufacturados en base a la información de las dependencias o entidades correspondientes respecto a la existencia

tencia de excedentes en el mercado interno con posibilidades de colocación en el mercado externo.

- 12) Organizar y programar la participación de productos y/o servicios - nacionales en ferias, exposiciones y misiones comerciales tanto internacionales como nacionales.
- 13) Establecer representaciones en el exterior, en los casos en que esta medida se justifique.
- 14) Coordinarse con las representaciones de Secretarías y Departamentos de Estado, organismos descentralizados y empresas de participación estatal en otros países, respecto de asuntos relacionados con el comercio exterior; además de solicitar la colaboración de las mismas cuando el I.M.C.E. no tenga delegaciones en ellos.
- 15) Tener representantes, cuando ésto sea posible y conveniente, en organismos internacionales de comercio exterior.
- 16) Opinar y promover a Solicitud de la Secretaría de Relaciones Exteriores sobre tratados comerciales que el país PROYECTE celebrar con otros países.
- 17) Examinar las políticas adoptadas por otras naciones que afecten el comercio exterior de México, y proponer a las Secretarías y Departamentos de Estado, las soluciones pertinentes.
- 18) Establecer centros de capacitación; organizar seminarios, simposios y conferencias; y mantener un servicio de difusión relacionados con el comercio exterior.
- 19) Promover ante las autoridades competentes la formulación de iniciativas de leyes, y la expedición de reglamentos, o bien la reforma - de ellos, cuando sea conveniente para el comercio exterior.
- 20) Sugerir a las autoridades competentes la inclusión o exclusión de - los productos que deban quedar sujetos al cobro de tasas por concep

to de intercambio compensado o para modificar éstos en los casos -
procedentes.

- 21) Cuidar el prestigio del comercio exterior del país, así como estudiar y resolver las solicitudes de importación o compra en el país, de productos de procedencia extranjera coordinándose con las Secretarías, Departamentos de Estados, organismos descentralizados y empresas de participación estatal.
- 22) Cuando se le solicite, actuar como conciliador y árbitro en las controversias en que intervengan importadores y exportadores con domicilio en la República Mexicana.
- 23) Las demás que le confieran esta Ley, otras y sus reglamentos respectivos*

* Anexo 1

6.2).- ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL Y FUNCIONAL DEL INSTITUTO

MEXICANO DE COMERCIO EXTERIOR

En el capítulo anterior se mencionó que la Ley que crea el I.M.C.E., - le dá atribuciones para promover el comercio exterior del país; para tales efectos daremos a conocer la Organización de dicho Instituto, la cual mostraremos en este capítulo, asimismo mencionaremos en forma sencilla las funciones de todas y cada una de sus partes. (Organigrama General

En ocasiones y como es el caso específico de la Dirección Administrativa, no se dará una explicación amplia ya que la función que desempeñan los departamentos que la integran tienen las mismas funciones que las que desempeñan estos mismos departamentos en cualquier empresa u organismo público o privado.

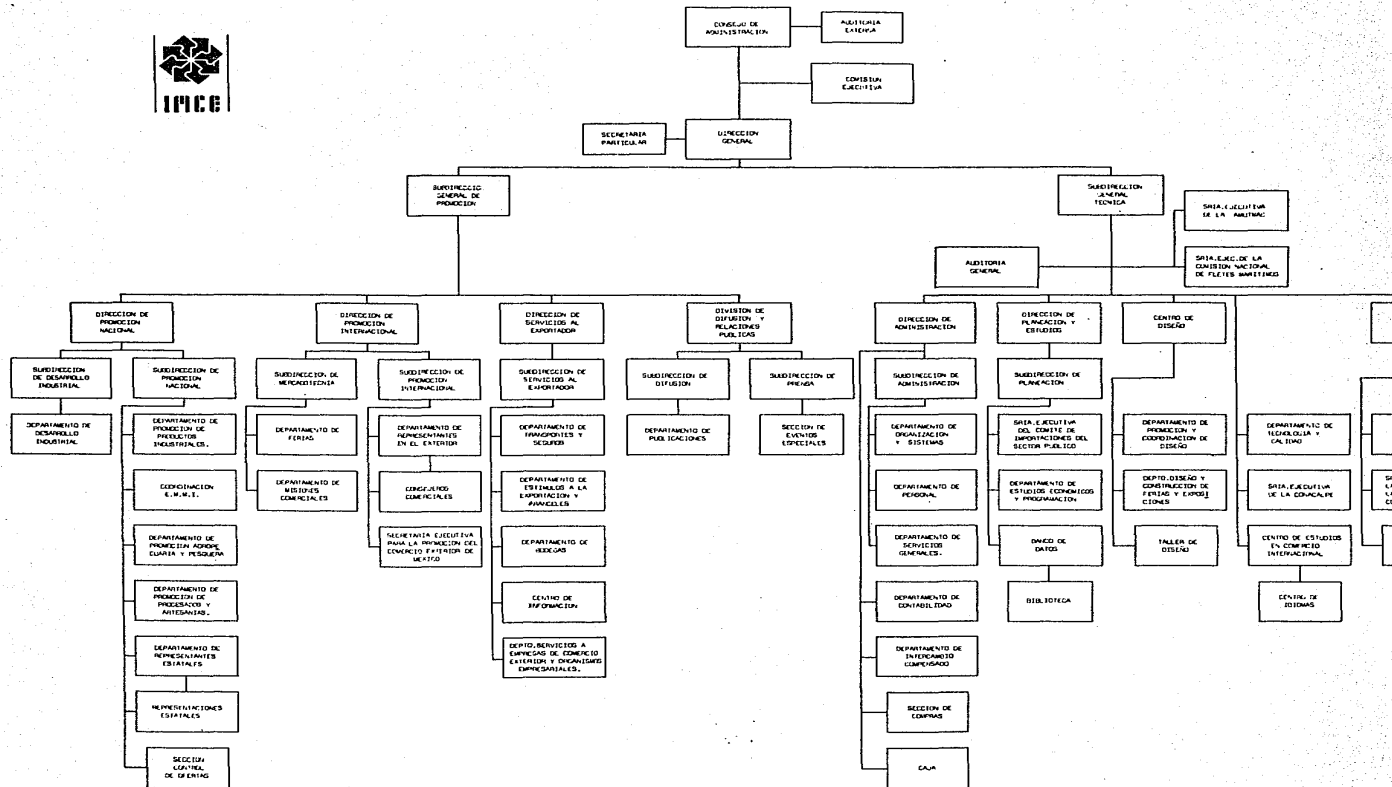
La referencia anterior es por los departamentos de Personal, Contabilidad, Organización y Sistemas, Compras, Servicios Generales, etc.

Dentro de esta área del único departamento que hablaremos en su oportunidad será del de Intercambio Compensado.

Por otro lado, en el caso de que los departamentos de cada área, en lo que respecta a sus funciones, no estén ligados directamente al comercio exterior, sólo los mencionaremos.

Además se encuentra que las funciones de determinado departamento de un área específica, son las mismas o similares a las de otro departamento dependiente de otra área, será debido a la interrelación que existe entre las áreas del Instituto.

ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL



- COMISIONES, COMISIONES Y ASOCIACIONES EN LAS QUE PARTICIPA EL INECE
- Asociación de Promotores de las Comisiones Estatales para el Fomento del Comercio Exterior
 - Asociación Mexicana de Comisioneros del Transporte Marítimo A.C.
 - Comisiones Estatales para el Fomento del Comercio Exterior
 - Comité Nacional de Usuarios para Promoción de Exportación (COCAUNPE)
 - Comité Nacional de Usuarios de Aprobación para Exportación, A.C. (COAPATE)
 - Asociación de Usuarios de Fletes Marítimos (ASOFLAMAR)
 - Comisión para la Protección del Comercio Exterior de México
 - Comisión Técnica para los Procesos de Integración
 - Comité de Importaciones del Sector Público
 - Comité para la Defensa de los Intereses de México en el Exterior
 - Comité para la Promoción del Comercio Exterior.

6.3).- ORGANOS PRINCIPALES DEL I.M.C.E.

Del organigrama que conforma al I.M.C.E., tres son órganos principales, de acuerdo al Art. 5º de la Ley que lo crea, y son:

- 1) Consejo de Administración
- 2) Comisión Ejecutiva
- 3) Dirección General

1.- CONSEJO DE ADMINISTRACION

"El Consejo de Administración estará integrado por un representante de cada una de las Secretarías de Estado: Comercio, Relaciones Exteriores, Hacienda y Crédito Público, Agricultura y Ganadería, Comunicaciones y Transportes, Marina y Patrimonio Nacional; y por un representante de cada una de las siguientes Instituciones: Banco Nacional de Comercio Exterior, Banco de México, Confederación de Cámaras Industriales, Confederación de Cámaras Nacionales de Comercio, Cámara Nacional de la Industria de la Transformación, Asociación Nacional de Importadores y Exportadores de la República Mexicana"

Sus atribuciones:

- I Disponer y promover todo lo necesario para el cumplimiento de las actividades de Comercio Exterior.
- II Revisar los proyectos de política, planes y programas en materia de Comercio Exterior.
- III Estudiar y en su caso aprobar el programa de administración del Instituto y los presupuestos de ingresos y egresos, vigilando el ejercicio de éstos.
- IV Examinar y en su caso aprobar el balance anual y los informes financieros debidamente autorizados.
- V Las demás que le señalan las leyes, reglamentos y disposiciones administrativas.

2.- COMISION EJECUTIVA

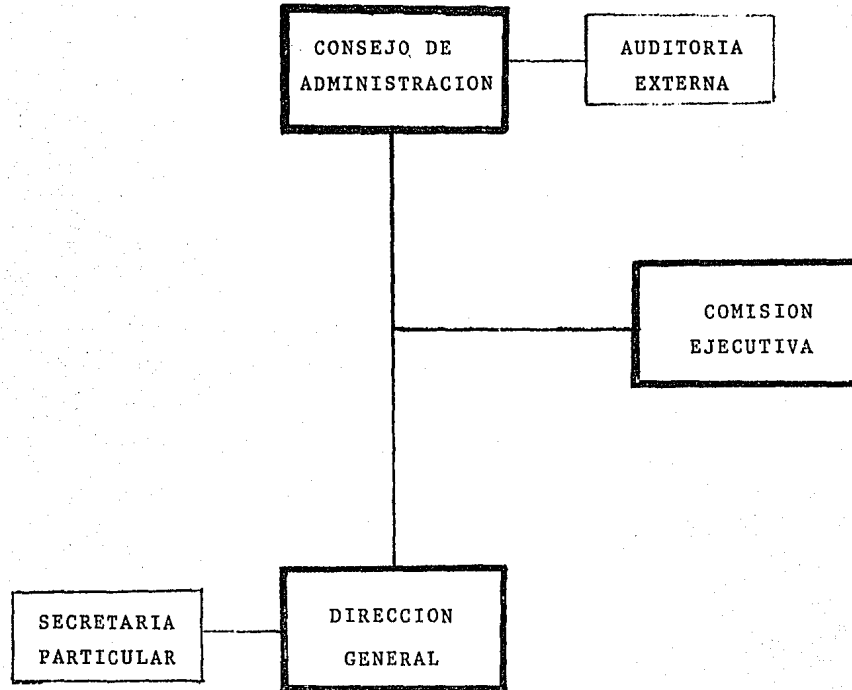
Esta comisión se encargará de vigilar el cumplimiento y ejecución de lo acordado por el Consejo de Administración.

3.- DIRECCION GENERAL

Este organismo será el encargado de llevar a cabo todos y cada uno de los acuerdos que tome el Consejo de Administración.

Asimismo, se encargará del estudio y proyecto de planes y programas de comercio exterior; elaboración y ejecución de los presupuestos y en forma general representará al Instituto, ajustándose a los lineamientos que al respecto le fije el Consejo de Administración y cumpliendo los requisitos que establecen las leyes en vigor, y los demás que le señalen las leyes, reglamentos y disposiciones administrativas. (Organigrama No. 1, Pag. 97)

ORGANOS PRINCIPALES DEL I.M.C.E.



**6.4).- ANALISIS DE LAS DOS SUBDIRECCIONES GENERALES QUE
INTEGRAN AL I.M.C.E.**

6.4.1).- SUBDIRECCION GENERAL DE PROMOCION

6.4.1.1).- DIRECCION DE PROMOCION NACIONAL

OBJETIVO

Incrementar la oferta de productos y servicios nacionales que cumplan con los requerimientos establecidos por los mercados internacionales, en base a la demanda del extranjero.

DEPARTAMENTO DE DESARROLLO INDUSTRIAL

Asesorar e informar a los productores y empresas nacionales en cuanto a:

- Mejorar características de la planta
- Abatir costos de fabricación
- Desarrollar nuevos productos en base a la demanda internacional
- Definir estrategias de comercialización
- Mejoramiento de abastecimientos de materias primas
- Implantar e incrementar un plan de financiamiento que le permita llevar una buena realización de sus proyectos.
- Mejor manera de utilizar la capacidad ociosa de sus empresas
- Planificar la producción destinada al comercio exterior
- Calendarización de productos agrícolas
- Localización de la técnica más adecuada
- Cuantificar, clasificar e integrar las ofertas de exportación de productos mexicanos.

DEPARTAMENTO DE PROMOCION DE PRODUCTOS INDUSTRIALES

Proporciona a los productores nacionales información en cuanto a:

- Mejor manera de utilizar la capacidad ociosa de sus empresas
- Planificar la producción destinada al comercio exterior
- La calendarización de productos agrícolas
- Promover la creación de asociaciones, unión de productores, empresas de comercio exterior, casas de artesanías estatales y cooperativas.

COORDINACION: EN MEXICO LA MEJOR INVERSION

DEPARTAMENTO DE PROMOCION AGROPECUARIA Y PESQUERA

Informa y asesora a los productores y empresas nacionales sobre:

- La mejor manera de utilizar la capacidad ociosa de sus empresas
- La planificación de la producción destinada a la exportación
- La calendarización de productos agrícolas
- Promover la creación de asociaciones, unión de productores, empresas de comercio exterior, casas de artesanías estatales y cooperativas.
- La localización, cuantificación, clasificación e integración de las ofertas de exportación de productos mexicanos.
- La realización de la difusión de las mismas en los mercados internacionales.

DEPARTAMENTO DE REPRESENTANTES ESTATALES

Asesora en cuanto a:

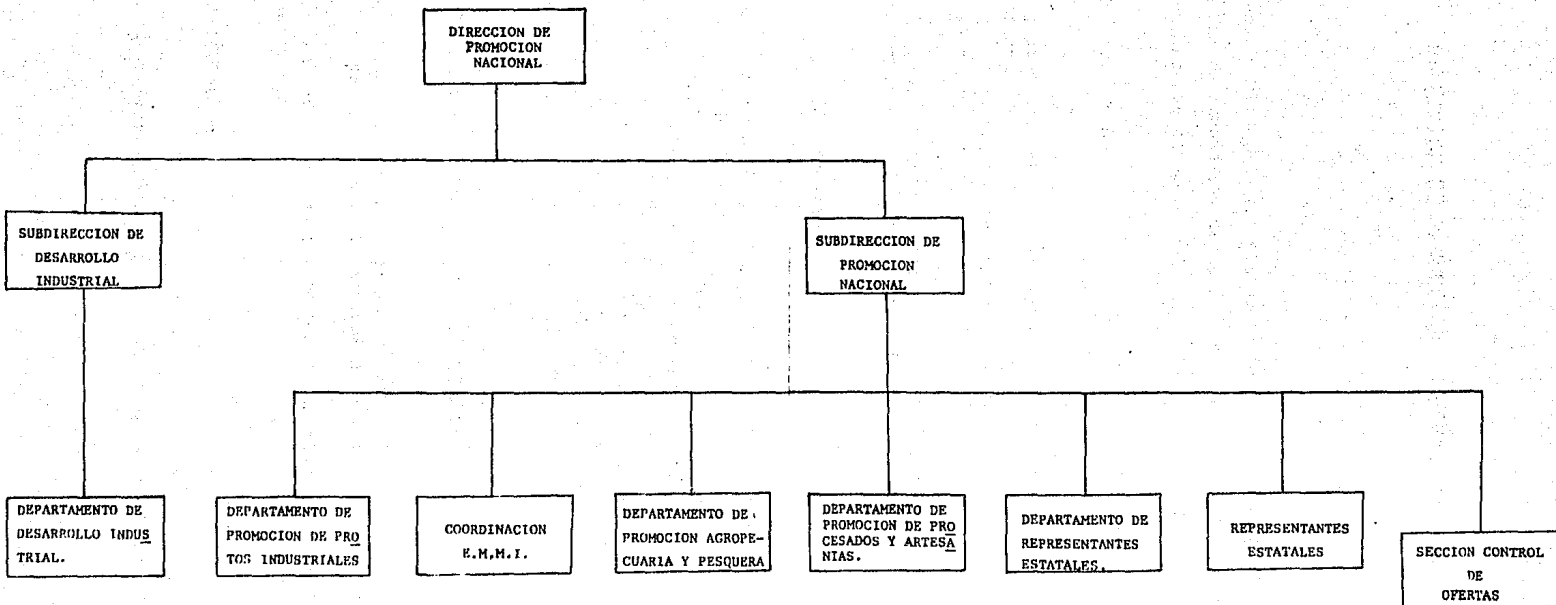
- La localización, cuantificación, clasificación e integración de ofertas de exportación de los productos mexicanos.
- La difusión de las mismas en los mercados internacionales.

REPRESENTANTES ESTATALES

- Se encarga de promover la formación de organizaciones, asociaciones, uniones de productores y comercializadoras.
- Por otro lado, fomentar el comercio exterior con el aumento de la producción nacional y el incremento de las exportaciones.
- Detecta y cuantifica la demanda internacional
- Difundir las demandas internacionales

(Organigrama No. 2, Pag. 101)

DIRECCION DE PROMOCION NACIONAL



6.4.1.2).- DIRECCION DE PROMOCION INTERNACIONAL

OBJETIVO

Promover en el extranjero los productos nacionales mediante la localización y estudio de las oportunidades de mercado externo, así como el estudio de los obstáculos que pueden afectarlos.

DEPARTAMENTO DE FERIAS

- Asesora y promueve ferias y exposiciones de productos mexicanos en el extranjero
- Selecciona los productos con mayor grado de comercialización
- Asesora al productor nacional en cuanto a la elaboración y modo de presentación de la literatura de cada producto.
- Otorga el financiamiento necesario a los productores nacionales en los primeros tres años de participación en dichos eventos.

DEPARTAMENTO DE MISIONES COMERCIALES

- Coordina la integración y funcionamiento de las misiones
- Elabora agendas de trabajo
- Selecciona los productos promovibles
- Investiga los canales de distribución más adecuados.
- Promueve la venta de productos nacionales, concediendo el uso de las salas de exhibición de las consejerías comerciales en el extranjero
- Proporciona asesoría para todo viaje promocional al extranjero
- Otorga información económica y comercial sobre los países a visitar
- Auxilia a los participantes en la elaboración de sus agendas de trabajo.

DEPARTAMENTO DE REPRESENTACIONES EN EL EXTERIOR

- Detecta y cuantifica la demanda internacional
- Proporciona pautas para la localización de los productos nacionales en el exterior.
- Controlar que en el extranjero se promuevan importaciones directas de productos mexicanos.

CONSEJEROS COMERCIALES

- Ayuda al productor nacional en la localización del distribuidor o

- representante idóneo y conveniente en cada país.
- Detecta y cuantifica la demanda internacional
 - Proporciona pautas para la colocación de los productos nacionales en el exterior.

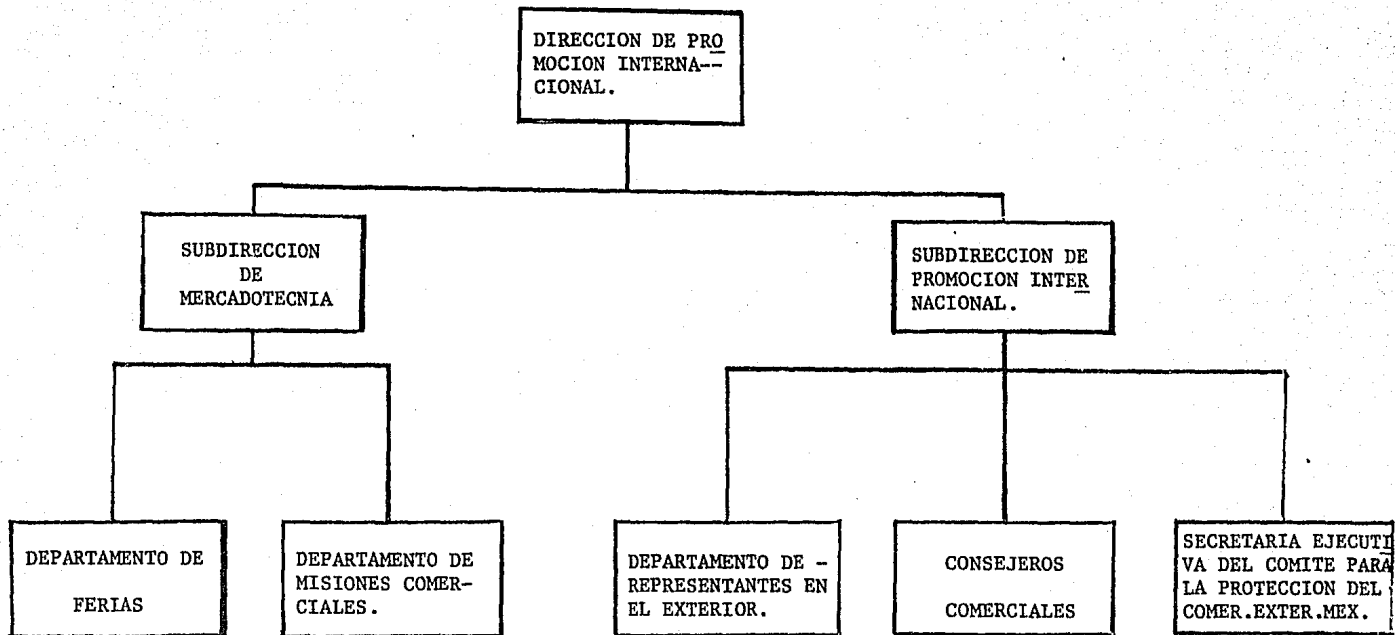
SECRETARIA EJECUTIVA DEL COMITE PARA LA PROTECCION DEL COMERCIO

EXTERIOR MEXICANO

- Actúa como conciliador y árbitro en las controversias que puedan suscitarse entre exportadores e importadores al efectuarse los contratos en materia de compra-venta internacional.
- Elabora los proyectos de soluciones a los problemas presentados y los somete al acuerdo de la Comisión y en su caso comunica a las autoridades correspondientes aquellos autos que a su juicio entrañen delitos que se persiguen de oficio.

(Organigrama No. 3, Pag. 104)

DIRECCION DE PROMOCION INTERNACIONAL



6.4.1.3).- DIRECCION DE SERVICIOS AL EXPORTADOR

OBJETIVO

Asesorar al exportador nacional en cuanto a los trámites administrativos, incentivos fiscales y financieros, empaques y embalajes, promociones y servicios especiales a consorcios y empresas de comercio exterior, asimismo, informa sobre los medios de transporte, seguros y bodegas en el extranjero de que pue de hacer uso.

DEPARTAMENTO DE TRANSPORTES Y SEGUROS

- Asesora al exportador nacional respecto a los medios de transporte - más adecuado y proporciona una información amplia y precisa sobre - las condiciones de aseguramiento de mercancías.
- Orienta sobre los costos que inciden en el último precio de un pro-- ducto para la integración de su cotización, éstos pueden ser: los - fletes, impuestos, seguros, manejo aduanal, empaques y embalajes, en tre otros.
- Apoya los trámites del exportador para lograr fletes promocionales, simplificación de trámites aduanales y obtención de permisos tempora les de importación y exportación.

DEPARTAMENTO DE ESTIMULOS A LA EXPORTACION Y ARANCELES

- Proporciona información y asesoría en materia de financiamiento, cré dito comercial, seguros de crédito, estímulos fiscales y costeo di-- recto.
- Estudia y analiza el régimen fiscal y/o financiamiento y propone mo-- dificaciones para la agilización y fomento del comercio exterior.
- Proporciona información y asesoría en materia de aranceles, trámites y reglamentaciones legales y políticas comerciales de México y de - los países a los que se desee exportar.

DEPARTAMENTO DE BODEGAS

- Otorga el servicio de uso de bodegas en el extranjero para el produc tor nacional y sus productos de exportación, ayudándole a:
 - a) Evitar intermediarios
 - b) Mantener existencias para aprovechar las oportunidades de comer-- cialización.
 - c) Reforzar el poder competitivo de sus productos

- d) Reducir plazos de entrega, y
- e) Abaratar costos de distribución

CENTRO DE INFORMACION

- Proporciona la información necesaria a los productores nacionales que así lo soliciten respecto a los servicios que presta el Instituto y los sitúa en el área de competencia que solucionará sus problemas.
- Mantiene actualizado el Registro Nacional de Exportadores e Importadores.
- Controla y difunde las demandas recibidas a través de la red Interamericana de Información Comercial (CIPE).

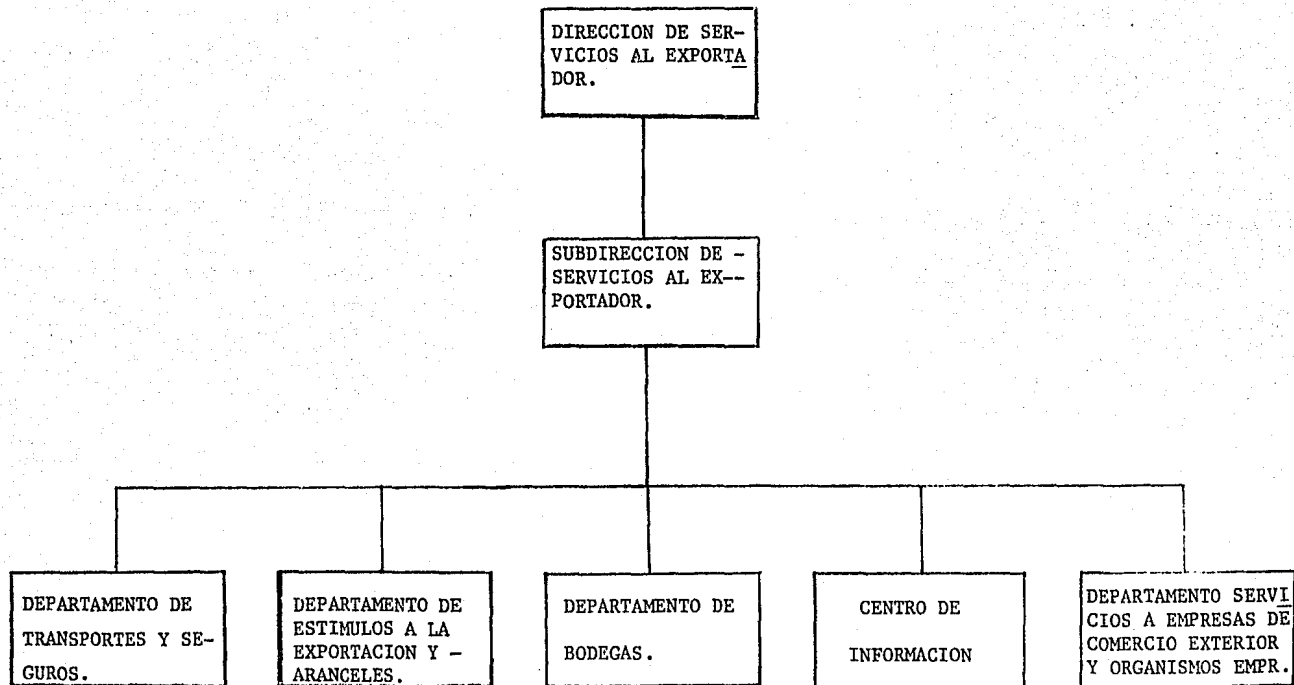
DEPARTAMENTO DE SERVICIOS A EMPRESAS DE COMERCIO EXTERIOR Y ORGANISMOS

EMPRESARIALES

- Promueve la formación de consorcios de exportación y empresas de comercio exterior.
- Coordina las actividades de éstas con el I.M.C.E.
- Asimismo, a las empresas de comercio exterior presta los servicios de:
 - a) Realización de programas de exportación
 - b) Difusión de demandas
 - c) Límitaciones internacionales.
 - d) Asesoramiento técnico
 - e) Apoyos en trámites'

(Organigrama No. 4, Pag. 107)

DIRECCION DE SERVICIOS AL EXPORTADOR



6.4.1.4).- DIVISION DE DIFUSION Y RELACIONES PUBLICAS

OBJETIVO

Mantener informado al productor nacional respecto a los principales temas y noticias en materia de comercio internacional, a través de una adecuada utilización de los medios y canales de difusión.

SECCION DE EVENTOS ESPECIALES

- Programa y controla el uso de salas de juntas y proyecciones del I.M.C.E.
- Auxilia en la organización de eventos, como inauguración de exposiciones y otros.

SECCION DE MEDIOS AUDIOVISUALES

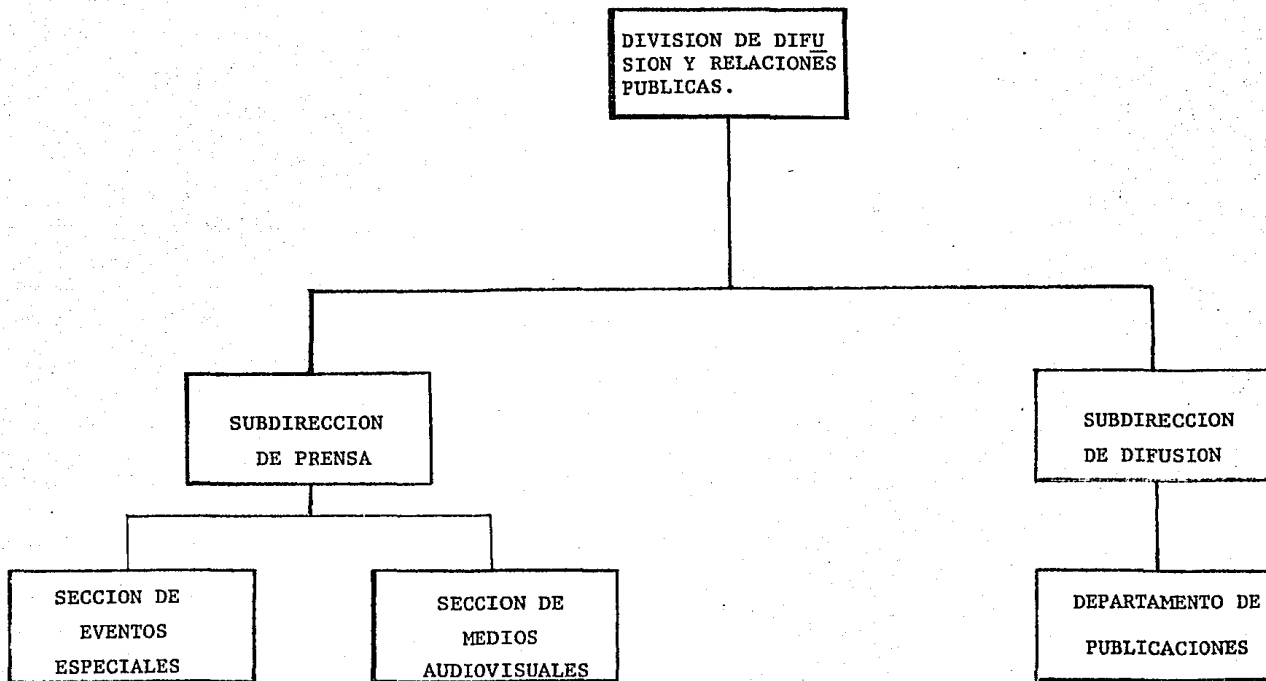
- Prepara artículos y boletines de prensa así como presentaciones audiovisuales en base a las necesidades del Instituto.
- Coordina la producción y difusión de películas y documentales relacionados con el comercio exterior, elaboradas a iniciativa del I.M.C.E.

DEPARTAMENTO DE PUBLICACIONES

- Recopila, revisa y depura el material informativo y técnico que se utilizarán para la edición de folletos y publicaciones periódicas del Instituto, como por ejemplo: carta para los exportadores, carta a los usuarios del transporte internacional, carta al artesano exportador y carta de calidad para la exportación.
- Coordina la publicación y distribución de dichos folletos

(Organigrama No. 5, Pag. 109)

DIVISION DE DIFUSION Y RELACIONES PUBLICAS



6.4.2).- SUBDIRECCION GENERAL TECNICA

6.4.2.1).- DIRECCION DE ADMINISTRACION

OBJETIVO

Desarrollar, implantar y mantener eficientes servicios de apoyo que satisfagan la integración y coordinación de las actividades técnico-administrativas propias del Instituto.

Como se explicó en el inicio de este capítulo, no detallaremos las funciones de los departamentos que integran esta Dirección ya que sus funciones son comunes a las de los departamentos similares establecidos en cualquier empresa - pública o privada.

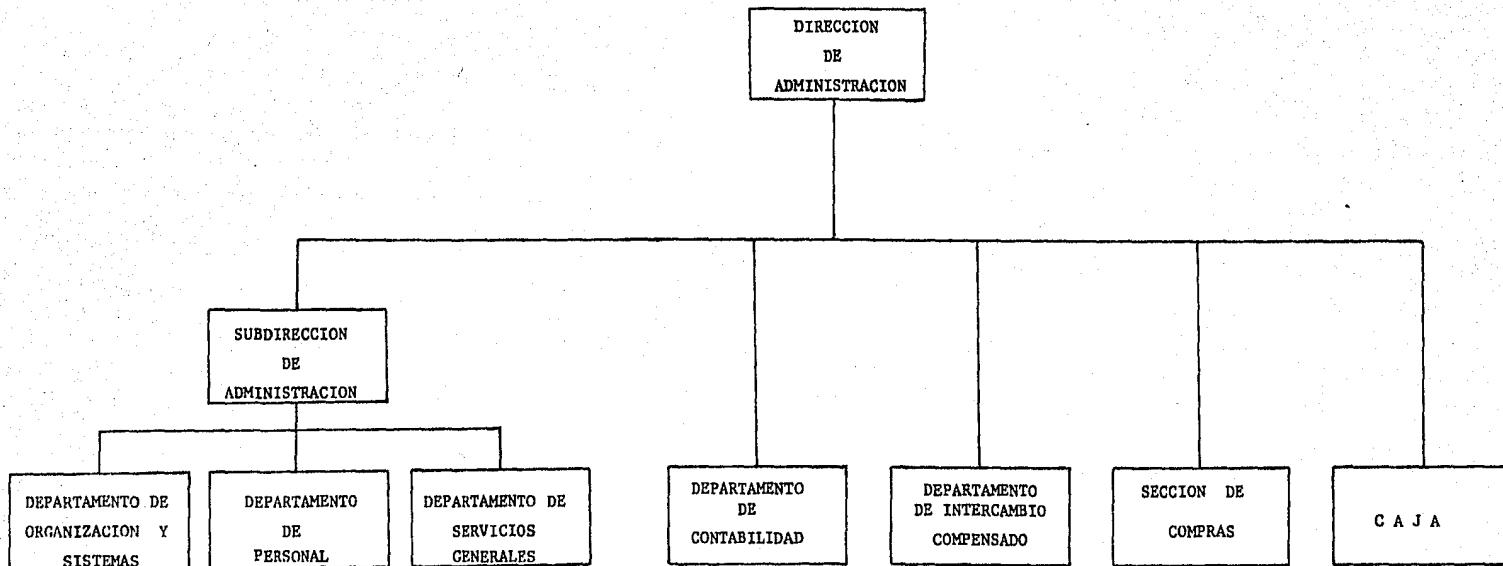
Por lo tanto, del único departamento del que mencionaremos sus funciones será del Departamento de Intercambio Compensado.

DEPARTAMENTO DE INTERCAMBIO COMPENSADO

- Intervenir en la celebración de los convenios de intercambio compensado entre los importadores de los sectores público y/o privado.
- Se encargará del cobro de cuotas por este concepto.
- Certifica documentos para retirar mercancías de la aduana correspondiente, en base a las características y monto del convenio.

(Organigrama No. 6, Pag. 111)

DIRECCION DE ADMINISTRACION



6.4.2.2).- DIRECCION DE PLANEACION Y ESTUDIO

OBJETIVO

Enfocar los esfuerzos promocionales del I.M.C.E. respecto a las importaciones y exportaciones, investigando y evaluando necesidades nacionales y tendencias de la economía mexicana, para que sirvan como vehículos de fortalecimiento de nuestras ventas al exterior.

SECRETARIA EJECUTIVA DEL COMITE DE IMPORTACIONES DEL SECTOR PUBLICO

- Recibe, estudia y dictamina las solicitudes de importación del sector público sometiéndolas a autorización del comité.

DEPARTAMENTO DE ESTUDIOS ECONOMICOS Y PROMOCION

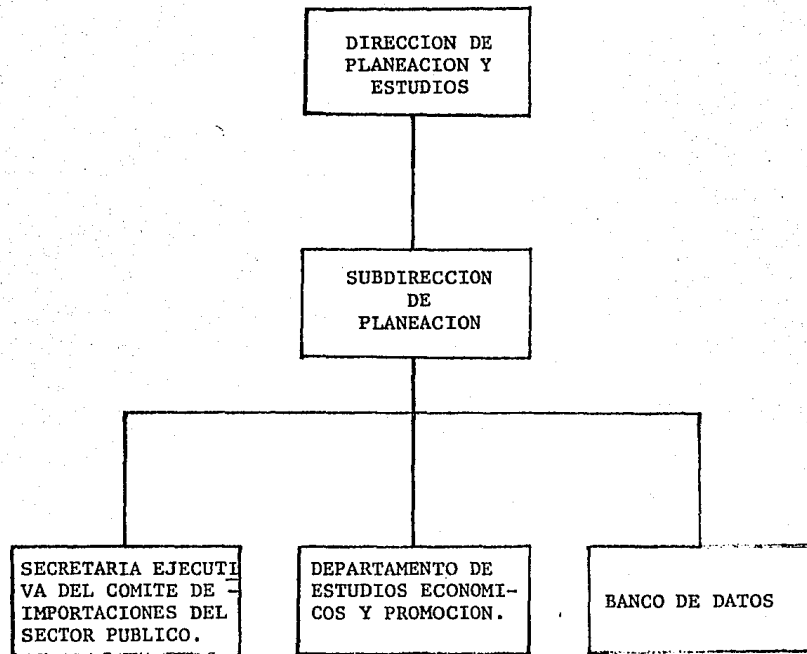
- Desarrolla estudios e investigaciones de productos y mercados en regiones nacionales e internacionales
- Recibe, analiza, sintetiza y difunde la información procedente de otros países que por política o por convenios comerciales beneficie o perjudique a México, en su comercio exterior.

BANCO DE DATOS

- Captar y sistematizar información, tanto de fuentes directas como de publicaciones, que permita identificar los mercados mundiales con la oferta exportable de México; del mismo modo que facilita a los propios exportadores la elaboración de estrategias de comercialización.

(Organigrama No. 7, Pag. 113)

DIRECCION DE PLANEACION Y ESTUDIOS



6.4.2.3).- CENTRO DE DISEÑO

OBJETIVO

Promover las exportaciones nacionales mediante una mejor presentación del producto y de los empaques y embalajes utilizados en éstos, haciéndolos más atractivos, útiles y económicos y sobre todo con un mayor grado de competencia en el mercado internacional.

DEPARTAMENTO DE PROMOCION Y COORDINACION DE DISEÑO

- Promueve la ~~mejoría~~ mejora, reúne modelos y metodología de diseño, aplicables al medio mexicano, así mismo, se encarga de difundirlos.
- Organiza y lleva a cabo eventos que fomenten y desarrollen el diseño.

DEPARTAMENTO DE DISEÑO Y CONSTRUCCION DE FERIAS Y EXPOSICIONES

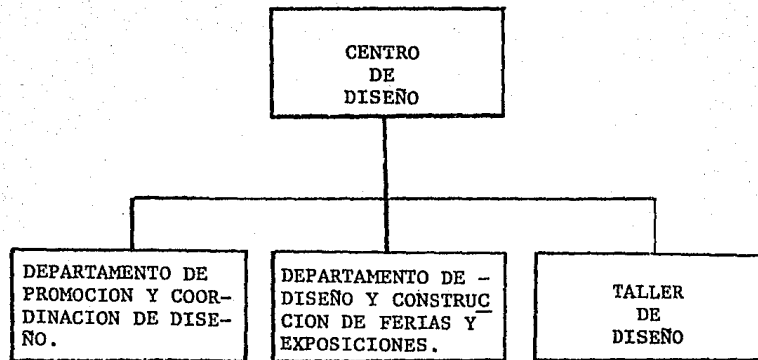
- Efectúa la realización de los pabellones y locales que forman parte de las ferias y exposiciones internacionales y nacionales.

TALLER DE DISEÑO

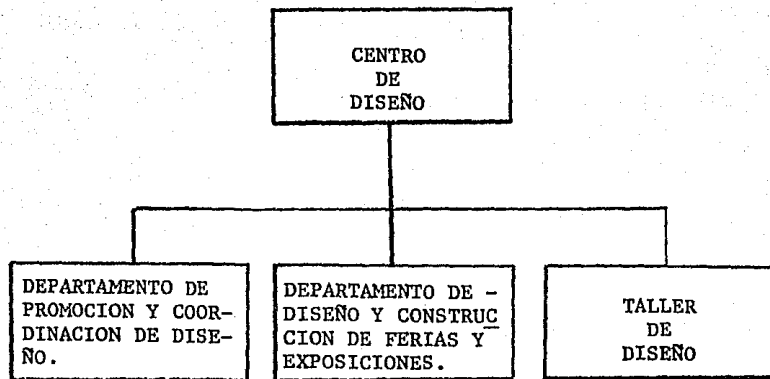
- Realiza dibujos y trabajos que se requieren para el desarrollo de las actividades del centro y del I.M.C.E. en general.

(Organigrama No. 8, Pag. 115)

CENTRO DE DISEÑO



CENTRO DE DISEÑO



6.4.2.4).- DIVISION TECNICA

OBJETIVOS

Informar y asesorar a los productores nacionales respecto a las normas de calidad que establece el mercado internacional, asimismo, promover, coordinar y desarrollar programas de capacitación y adiestramiento de los recursos humanos que intervienen en el comercio exterior.

DEPARTAMENTO DE TECNOLOGIA Y CALIDAD

- Asesorar al productor nacional respecto a determinar la tecnología - más adecuada para la fabricación de sus productos destinados a la exportación, asimismo, proporciona apoyo a los mismos para el desarrollo de una tecnología propia y su exportación.
- Promover el adiestramiento de técnicos mexicanos en la materia.

SECRETARIA EJECUTIVA DE LA COMISION NACIONAL DE CALIDAD PARA PRODUCTOS DE EXPORTACION

CENTRO DE ESTUDIOS EN COMERCIO INTERNACIONAL

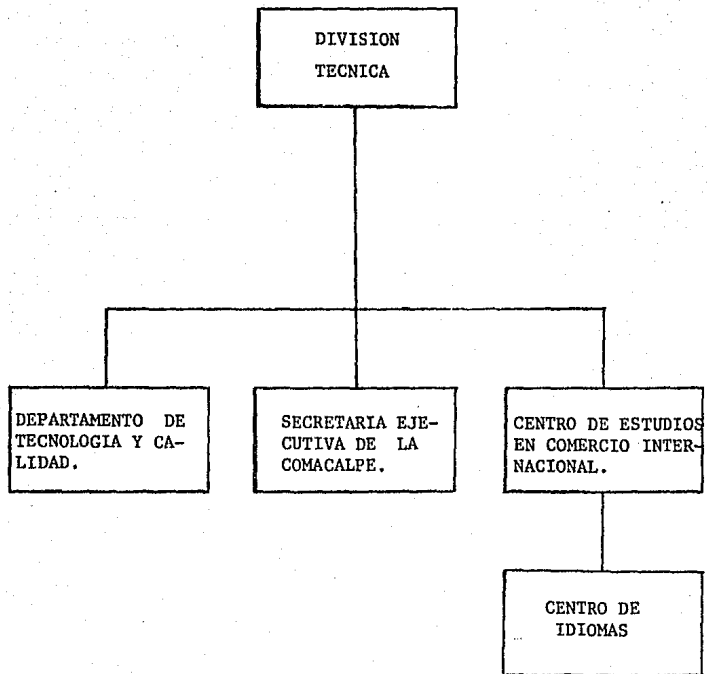
- Organiza e imparte programas y sistemas de educación, capacitación y adiestramiento en materia de comercio exterior.

CENTRO DE IDIOMAS

- Desarrolla e imparte programas y sistemas de enseñanza de idiomas a personas que están relacionadas con el comercio exterior, empleando los medios didácticos más modernos.

(Organigrama No. 9, Pag. 117)

DIVISION TECNICA



6.4.2.5).- DIVISION JURIDICA

OBJETIVO

Asesora y orienta al productor nacional respecto a la solución de las controversias que se presentan en el desarrollo de las operaciones de comercio - internacional.

DEPARTAMENTO JURIDICO

- Orientar y proporcionar la ayuda técnica en trámites, ante las diferentes Secretarías de Estado.
- Promover el registro de marcas y patentes nacionales
- Elaborar proyectos de estatutos para las asociaciones de productores y comerciantes.
- Formular proyectos de contratos de compra-venta, agencia y representación mercantil.

SECRETARIA EJECUTIVA DEL COMITE PARA LA PROTECCION DEL COMERCIO EXTERIOR

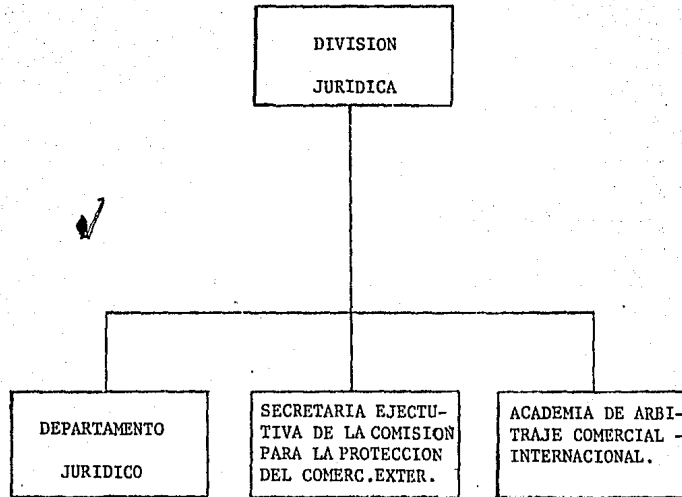
- Actuar como conciliador y árbitro en las quejas derivadas de operaciones mercantiles internacionales
- Emitir laudos, dictámenes y recomendaciones tendientes a evitar:
 - a) Prácticas irregulares, que obstruyan el desarrollo del comercio exterior.
 - b) Competencias ruinosas, desleales o desiguales.
 - c) Tendencias monopolísticas
 - d) Adulteraciones y actos ilícitos
- Está facultada para denunciar ante el Ministerio Público los delitos que se persiguen de oficio en materia de comercio exterior.

ACADEMIA DE ARBITRAJE COMERCIAL INTERNACIONAL

- Divulgar y promover el arbitraje como medio adecuado para resolver los conflictos derivados de operaciones comerciales internacionales.
- Adiestrar técnicos y árbitros en resoluciones arbitrales, doctrinas, leyes y otras disposiciones jurídicas sobre la materia.

(Organigrama No. 10, Pag. 119)

DIVISION JURIDICA



6.5).- NUEVAS ACTIVIDADES DEL INSTITUTO MEXICANO DE

COMERCIO EXTERIOR

El I.M.C.E. se ve modificado en sus objetivos generales debido al desarrollo constante del comercio exterior y a las inquietudes de algunos funcionarios de dicha institución, así como de exportadores; desde su creación hasta el momento, ha sufrido algunos cambios estructurales y se han aprobado algunas nuevas formas de operación, es el momento para fijar tentativamente una serie de lineamientos generales que servirán como punto de partida para modificar los métodos de trabajo en algunas áreas del Instituto.

Por lo tanto, a partir de Agosto de 1977, se pretendió aplicar las siguientes modificaciones a las áreas más afectadas.

Estas modificaciones están ligadas a sólo una parte de los departamentos especializados de la Institución y por tales motivos deberán hacer acopio de información actualizada y organizada en forma sistemática.

Como resultado de tal acopio, el I.M.C.E. podrá conocer bien los mercados extranjeros, con el objeto de localizar oportunidades y estar al tanto de la producción y la potencialidad nacional, para auspiciar el incremento de producción exportable y para encauzarla hacia el exterior.

En particular, dichas modificaciones se refieren a las siguientes actividades:

6.5.1).- INFORMACION

En relación a este punto, el I.M.C.E. podrá informar sobre:

- La balanza comercial de México, sus tendencias y comparaciones con períodos anteriores.
- Las importaciones de los demás países del mundo

- La producción exportable de México
- El potencial de producción exportable
- Los estímulos internos y externos a la exportación

Dicha información deberá ser amplia, detallada, oportuna y de lo más actualizada.

Además de contar con estudios de productos-mercados de aquellos productos que revistan un grado de potencialidad en cada mercado, asimismo, las listas de productos y países que cuentan con mayores posibilidades de ser exportados y a donde podrán ser exportados.

Para la adecuada utilización de esta información, el Banco de Datos de la Institución deberá recibirla y sistematizarla, asimismo, deberá proporcionarla a los departamentos que la soliciten, además de obtener el costo que implica la obtención de la misma.

Como un aspecto esencial, el Instituto no sólo deberá recibir y sistematizar la información sino que paralelamente a esta actividad, deberá difundirla siempre y cuando sea para alentar o facilitar exportaciones.

6.5.2).- PRODUCCION EXPORTABLE

Dado su volumen tan restringido que es su principal limitante, el Instituto deberá fomentar la producción de sólo aquellos artículos que tengan mercado y que sean competitivos en precio y calidad adecuando dicho producto al mercado extranjero. En este aspecto el I.M.C.E., actúa como instrumento de segundo o tercer piso según se pretenda motivar y asesorar a productores o a instituciones responsables de fomentar y regular la producción de terceros.

Como es sabido, el Gobierno Federal ha creado organismos especializados los cuales reglamentan y fomentan la producción; es así que el I.M.C.E. no tiene un grado de participación en este campo, ya que mientras más especializado es el organismo, será mínima la participación del Instituto y para el caso contrario, en la medida que éstos organismos lo encuentren aceptable, la coordinación podría resolverse con una vinculación permanente a través de personas o de

partamentos específicamente designados para el caso.

6.5.3).- OFERTAS Y DEMANDAS

En este aspecto, debe proporcionar al productor o al posible exportador toda la información (estudios de productos-mercados), y asesoría que requiera; por otro lado deberá proporcionar al demandante los nombres, direcciones y otros datos pertinentes de las empresas exportadoras mexicanas y solicitar a éste la mayor cantidad de datos posible dentro de un esquema o formato único.

Asimismo, deberá elaborar en coordinación con sus consejeros comerciales y con los consejeros de los países con los que México tiene relaciones comerciales, los estudios de productos-mercados de los exportadores con posibilidades de exportación.

6.5.4).- FERIAS Y EXPOSICIONES

Debido a los costos tan elevados que representan los recursos que se pueden dedicar a las ferias generalizadas, el I.M.C.E. sólo deberá asistir a éstas en aquellos casos en que se tenga suficiente interés específico en hacer ese tipo de promociones en el país de que se trate, y cuando no haya en el mismo un número suficiente de ferias especializadas.

Para los casos de ferias generalizadas mexicanas, el I.M.C.E. deberá hacer a un lado la política de no presionar a los productores y deberá persuadirlos para su participación debiendo contribuir el productor a los gastos que se ocasionan por este concepto.

Otra de las funciones del Instituto en esta actividad, será la de tratar de inducir a los concurrentes a las ferias a aprovechar la ocasión para establecer canales de distribución.

6.5.5).- MISIONES Y BRIGADAS

Las misiones consisten en grupos de exportadores que viajan a un país o a un grupo de países con el objeto de explorar el mercado, establecer sistemas de distribución y, en la medida posible, realizar ventas.

Se tienen dudas acerca de la eficacia de misiones y brigadas, por lo que se mantendrá en permanente revisión la conveniencia de estos instrumentos de promoción. Como paso previo a cualquier viaje de este tipo, se deberán hacer o actualizar estudios de producto-mercado que justifiquen el esfuerzo. También será necesario que, previamente, nuestro consejero comercial o un grupo de avanzada, realice todos los arreglos necesarios para asegurar que los miembros de la misión o brigada tengan la oportunidad de tratar con un número suficiente de compradores potenciales realmente interesados en recibirlos.

A diferencia de las deudas que se tienen acerca de la eficacia de misiones y brigadas para vender o explorar mercados, se crea que puede ser muy útil llevar a cabo brigadas de observación a ferias internacionales especializadas. Estas brigadas especiales tendrán por objeto llevar a productores -no comerciantes- a ver qué es lo que tiene demanda dentro de su ramo, cuáles son los precios competitivos y cuáles son las formas usuales de comercialización.

6.5.6).- CONSEJEROS COMERCIALES

La labor fundamental de los consejeros será elaborar y actualizar estudios de producto-mercado, estar atentos a las oportunidades de exportación de México, advertir los obstáculos a la importación de productos mexicanos resolver -consultas de IMCE-MEX y de empresarios mexicanos, establecer contactos para dichos empresarios, observar lo que están haciendo otros países abastecedores y mantener contacto con las autoridades del país sede para hacer llegar al I.M.C.E. los puntos de vista del gobierno.

6.5.7).- SERVICIOS Y APOYOS

El I.M.C.E. debe ser un organismo de consulta de todo lo relacionado con la exportación y debe también, dentro de ciertos límites ayudar a expedir trámites y resolver problemas que surgen con motivo de medidas de control gubernamental. A los exportadores sin experiencia el I.M.C.E. los atenderá a través de la Dirección de Servicios y Apoyo, cuya labor será:

- a) En relación con los mercados extranjeros, incluyendo sus dimensiones, sus características, sus tendencias y obstáculos.
- b) En relación con la adecuación de la oferta mexicana a la demanda extranjera.
- c) En relación con el acceso a esos mercados, con atención especial a los aspectos de transporte, seguro y manejo
- d) En relación con problemas de financiamiento, y
- e) En relación con los trámites administrativos ante las autoridades mexicanas.

La Dirección de Servicios y Apoyos deberá determinar los casos cuando los que hacen las consultas no estén capacitados para cumplir con los requisitos de la exportación. En esos casos, deberán tratar de persuadirlos a utilizar el conducto de consorcios u otras empresas comercializadoras.

Una labor permanente de la Dirección de Servicios y Apoyos deberá ser la identificación y evaluación de todos los trámites que se requieren para exportar o para llevar a cabo el proceso productivo que desemboca en la exportación. Este ejercicio permitirá sugerir a las autoridades la eliminación, simplificación o agilización de muchos trámites.

6.5.8).- COMERCIALIZADORAS

El I.M.C.E. deberá dar la información y el auxilio necesarios para capacitar a los productores que quieran exportar directamente pero deberá reconocer que la mayor parte de ellos ni con esa información y auxilio podrán llevar a cabo exportaciones eficazmente. Así, deberá sugerir a quiénes por el momento no puedan capacitarse para ejercer el comercio exterior que se unan a consorcios de

exportación o que encomienden sus ventas al extranjero a empresas comercializadoras.

El I.M.C.E. deberá estar preparado también para dar información y apoyo a los consorcios y demás comercializadoras y para fortalecerlas en la forma - que esté a su alcance.

C A P I T U L O 7

INVESTIGACION DE CAMPO

7.1).- METODOS EMPLEADOS EN EL ANALISIS DE LA INFORMACION

OBTENIDA EN LA INVESTIGACION DE CAMPO

El presente tema, consiste en medir los objetivos establecidos por el I.M.C.E., en materia de "promoción de productos para su exportación".

Para é llo fue necesario aplicar métodos estadísticos ya que por lo general se hace necesario investigar una o varias particularidades de cada fenómeno individual, para conocer las características más sobresalientes del colectivo y para é llo recurrimos al muestreo al azar, tomando como universo a las empresas establecidas en el Distrito Federal y en las Zonas Industriales aledañas al mismo.

Se aplicaron cuestionarios a la muestra de 250 empresas.

Posteriormente se procedió a la tabulación de la información recopilada, empleando la HOJA DE REGISTRO en la cual los datos se encontraban de tal manera que nos facilitó su análisis empleando el METODO DEDUCTIVO.

Ahora bien, para facilitar el análisis de los datos obtenidos y medir el grado de efectividad de cada uno de los conceptos para analizar, se elaboró - el siguiente cuadro en el que dependiendo del % de efectividad se le otorga un - CRITERIO, aplicando éstos a cada uno de los cuadros presentados posteriormente.

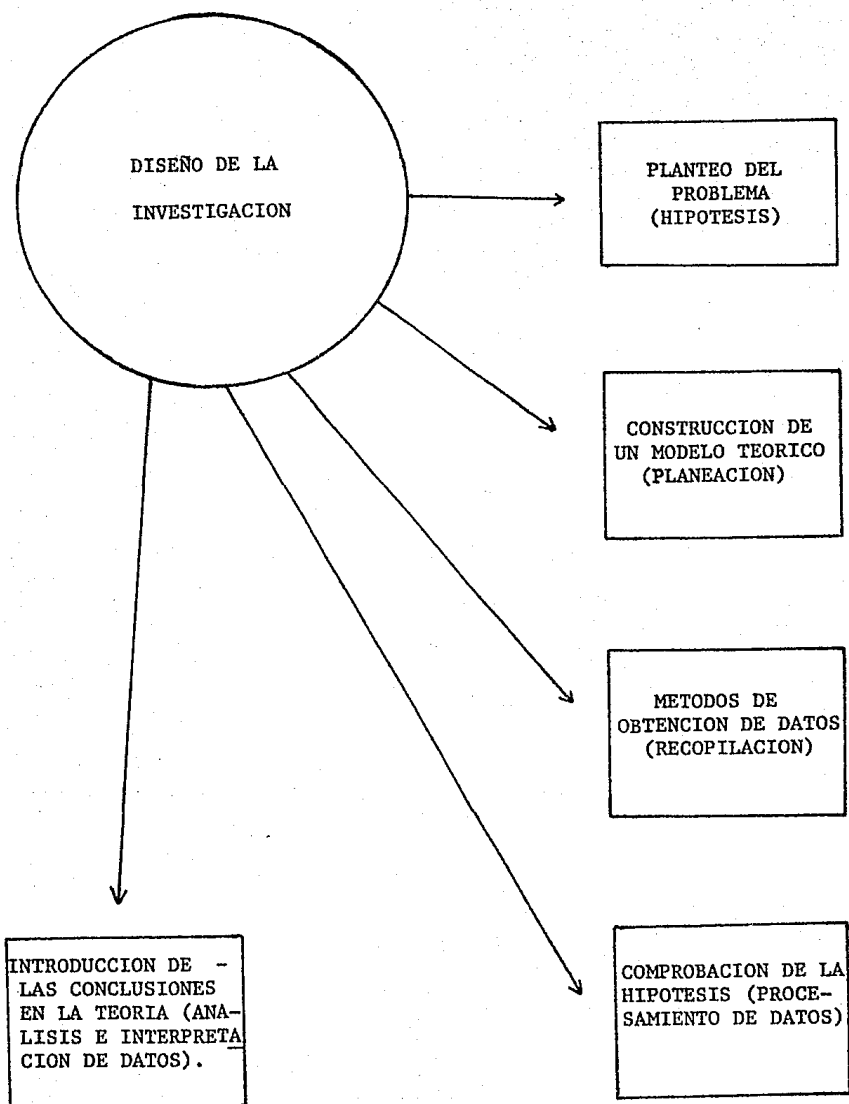
CALIFICACION DEL PORCENTAJE OBTENIDO

PORCENTAJES	CRITERIOS
De 1 a 25	Mala
De 26 a 50	Regular
De 51 a 75	Buena
De 76 a 100	Excelente

* Para los casos en que la información obtenida resulte negativa, se tomará el criterio de MALA (hasta un -50%) y PESIMA (a más del -50%).

En el desarrollo de cada subtema, los cuadros que se presentan fueron agrupados por tipos de servicios y por empresas que exportan y que no exportan; además de que al pié de cada uno proporcionamos los comentarios respectivos y algunas recomendaciones pertinentes, asimismo, presentamos las gráficas derivadas de cada uno de los cuadros.

Como última observación diremos que cada gráfica de pastel representa el 100% de la muestra empleada en nuestra investigación de campo, por lo tanto, se representa en ellas el porcentaje de empresas que conocen o usan los servicios que otorga el I.M.C.E. Las gráficas de volumen representan la efectividad lograda por cada actividad del Instituto, por lo que no será nunca el 100%.



ANALISIS DE LOS DATOS OBTENIDOS EN LA INVESTIGACION DE CAMPO

C O N C E P T O	EMPRESAS QUE EXPORTAN			EMPRESAS QUE NO EXPORTAN			EFFECTIVIDAD TOTAL (%)
	# DE EMPRESAS	%	EFFECTIVIDAD (%) $\frac{A \times B}{A}$	# DE EMPRESAS	%	EFFECTIVIDAD (%) $\frac{A \times B}{A}$	
	A	B	C	A'	B'	C'	
POR FOLLETOS	33	35	12.16	32	21	4.34	16.50
POR PRENSA	11	12	1.39	32	21	4.34	5.63
POR FOLLETOS Y PRENSA	25	26	6.84	20	13	1.68	8.52
POR OTROS MEDIOS	19	20	4.00	19	11	1.35	5.35
NO LO CONOCEN	7	7	0.52	52	34	11.41	11.93
T O T A L E S	95	100	24.91	155	100	23.12	47.93

El renglón que cuenta con un mayor grado de efectividad es el siguiente:

- a) Para las empresas que exportan (95), los folletos editados por el I.M.C.E., tiene un grado de efectividad de 12.16%
 b) Para las empresas que no exportan (155) los folletos y la prensa por separado comparten el mismo grado de efectividad siendo éste de 4.38% para cada caso.

Resumiendo, los folletos tienen un grado de efectividad total de 16.50% contra una efectividad total de prensa de 5.63% y por consiguiente la efectividad es considerada como MALA.

De donde notamos que si I.M.C.E., cuenta con un departamento especializado para publicar sus folletos y que es el de PRENSA, y uniendo la información obtenida al objetivo de este departamento, concluimos en que se está cumpliendo con el objetivo aunque en forma parcial, tomando en cuenta el grado de efectividad de dicho renglón: los motivos por los cuales no llega siquiera ésta efectividad a un 50% pueden ser los siguientes:

- 1) los folletos no son debidamente distribuidos 2).- no cuentan con la información necesaria 3).- adolecen de explicaciones más amplias

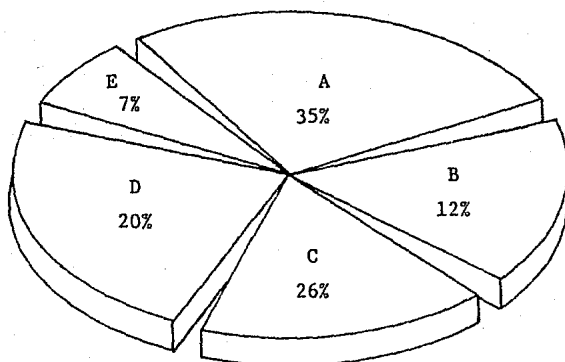
Por tales motivos se debe efectuar una revisión detallada de los folletos, por otro lado, que su distribución sea general, es decir, que se les haga llegar a los empresarios sin necesidad de que éstos los soliciten, aunque no exporten y por último, que se lleve a cabo una campaña en radio, cine, televisión y prensa, ya que éstos son los medios de comunicación masiva más efectivos para informar que tipo de servicios puede otorgar el I.M.C.E., al empresario nacional para lograr que éste coloque sus productos en el mercado internacional.

GRAFICAS # 1, 2 y 3.

GRAFICA # 1

COMO SE CONOCE AL I.M.C.E.

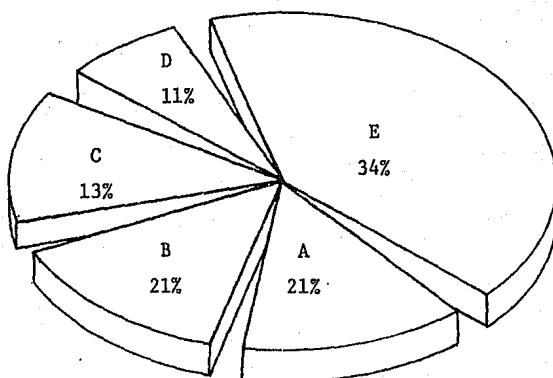
EMPRESAS QUE EXPORTAN



- A).- Por Folletos
- B).- Por Prensa
- C).- Por Folletos y Prensa
- D).- Por otros Medios
- E).- No lo Conocen

COMO SE CONOCE AL I.M.C.E.

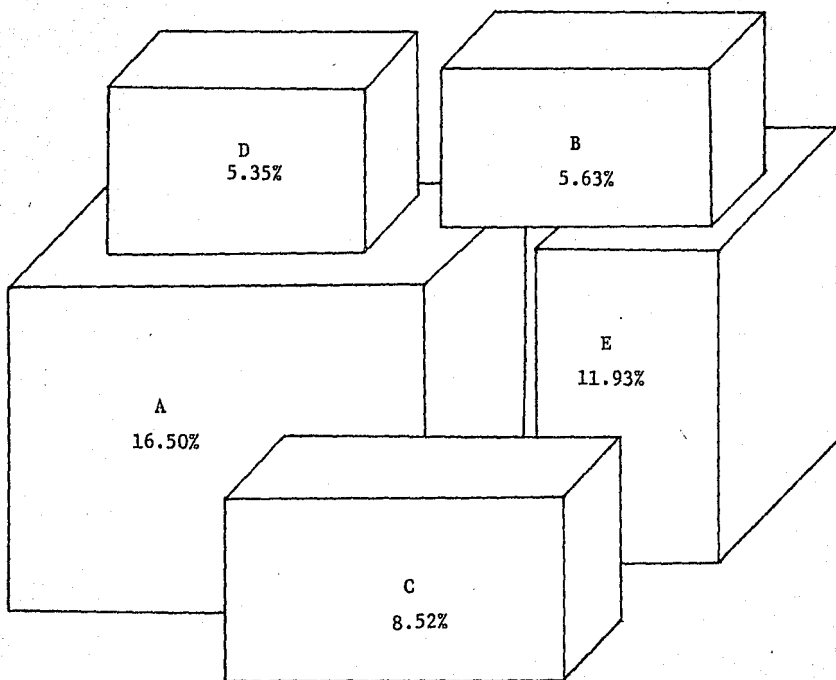
EMPRESAS QUE NO EXPORTAN



- A).- Por Folletos
- B).- Por Prensa
- C).- Por Folletos y Prensa
- D).- Por Otros Medios
- E).- No lo Conocen

EFFECTIVIDAD TOTAL

COMO SE CONOCE AL I.M.C.E.



- A).- Por Folletos
- B).- Por Prensa
- C).- Por Folletos y Prensa
- D).- Por Otros Medios
- E).- No lo Conocen

7.3).- INFORMACION PROPORCIONADA POR EL I.M.C.E. A LAS EMPRESAS

C O N C E P T O	EMPRESAS QUE EXPORTAN			EMPRESAS QUE NO EXPORTAN			EFFECTIVIDAD TOTAL (%)
	# DE EMPRESAS	%	EFFECTIVIDAD (%) $\frac{A \times B}{\leq A}$	# DE EMPRESAS	%	EFFECTIVIDAD (%) $\frac{A \times B}{\leq A}$	
	A	B	C	A'	B'	C'	
RECIBIO INFORMACION ADECUADA	48	50	25.26	59	38	14.46	39.72
NO RECIBIO INFORMACION ADECUADA CON RESERVAS	40	43	18.11	84	54	29.26	47.37
NO CONTESTARON	7	7	0.52	-	-	-	0.52
	-	-	-	12	8	0.62	0.62
T O T A L E S	95	100	43.89	155	100	44.34	88.23

En este cuadro tenemos una efectividad considerada MALA ya que solo el 39.72% del total de las empresas recibió una información adecuada y el resto si no la recibió, la recibió deficiente.

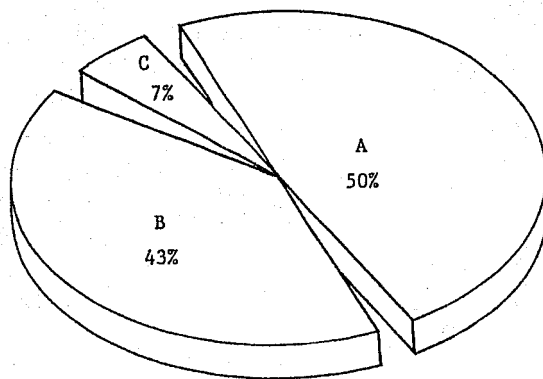
Lo que quiere decir, que el I.M.C.E. no cumple con su objetivo de informar al empresario sobre sus servicios y mucho menos con informarle sobre comercio exterior, ya que aun solicitando dicha información es mala porque solo se proporciona en forma trivial acompañada de algunos folletos.

Las recomendaciones para este caso, se verán en las que se den en forma general ya que este punto afecta a la función I.M.C.E. en todas sus formas.

GRAFICAS # 4, 5 y 6

INFORMACION PROPORCIONADA POR EL I.M.C.E. A LAS EMPRESAS

EMPRESAS QUE EXPORTAN

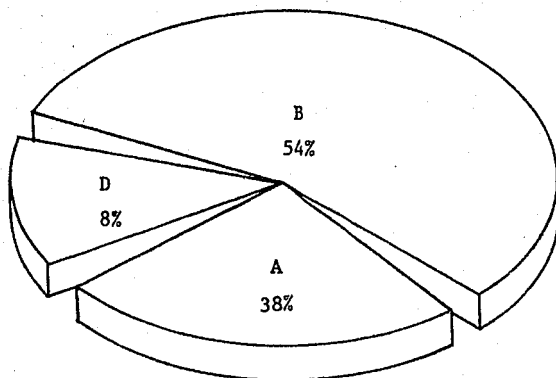


- A).- Recibió Información Adecuada
- B).- No Recibió Información Adecuada
- C).- Con Reservas
- D).- No Contestaron

GRAFICA # 5

INFORMACION PROPORCIONADA POR EL I.M.C.E. A LAS EMPRESAS

EMPRESAS QUE NO EXPORTAN



- A).- Recibió Información Adecuada
- B).- No Recibió Información Adecuada
- C).- Con Reservas
- D).- No Contestaron

7.4).- SERVICIOS DEL I.M.C.E.

7.4).- SERVICIOS DEL I.M.C.E.

CUADRO # 3

7.4.1).- OFRECIMIENTO DE SUS SERVICIOS

C O N C E P T O	EMPRESAS QUE EXPORTAN			EMPRESAS QUE NO EXPORTAN			EFFECTIVIDAD TOTAL (%)
	# DE EMPRESAS	%	EFFECTIVIDAD (%) $\frac{A \times B}{\leq A}$	# DE EMPRESAS	%	EFFECTIVIDAD (%) $\frac{A \times B}{\leq A}$	
	A	B	C	A'	B'	C'	
OFRECIO SERVICIOS	15	16	2.53	-	-	-	2.53
NO OFRECIO SERVICIOS	73	77	59.17	136	88	77.21	136.38
OFRECIO PERO NO USARON	2	2	0.04	19	12	1.47	1.51
NO OFRECIO PERO USARAN	5	5	0.26	-	-	-	0.26
T O T A L E S	95	100	62.00	155	100	78.68	140.68

La efectividad total más alta se encuentra en el renglón que dice que "no ofreció servicios", en este caso la efectividad total tiene un grado negativo; por lo que la actuación es PESIMA ya que rebasa el 100%.

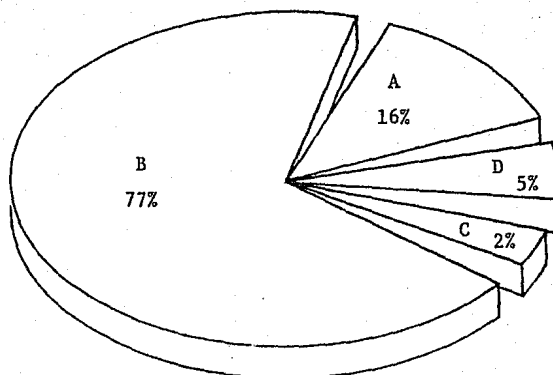
Ahora bien, si la función I.M.C.E. es "promover" sus servicios ante el empresario nacional, la comparación con éste cuadro respecto a esta función es obvia.

Debemos considerar también que esta "promoción" tal vez no la efectúa el Instituto de empresa en empresa, sino que sea realizada por otros medios.

GRAFICAS # 7, 8 y 9

OFRECIMIENTO DE SUS SERVICIOS

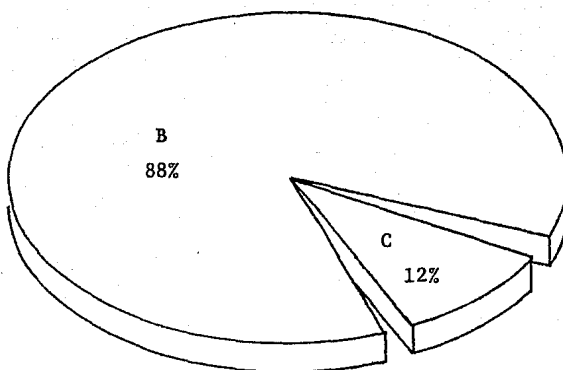
EMPRESAS QUE EXPORTAN



- A).- Ofreció Servicios
- B).- No Ofreció Servicios
- C).- Ofreció Pero no Usaron
- D).- No Ofreció Pero Usarán

OFRECIMIENTO DE SUS SERVICIOS

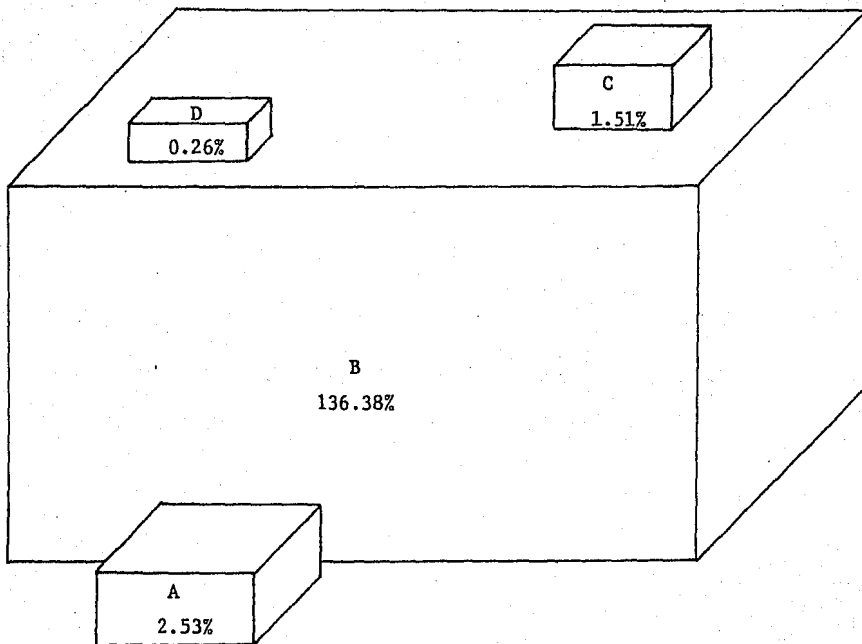
EMPRESAS QUE NO EXPORTAN



- A).- Ofreció Servicios
- B).- No Ofreció Servicios
- C).- Ofreció Pero No Usarán
- D).- No Ofreció Pero Usarán

EFFECTIVIDAD TOTAL

OFRECIMIENTO DE SUS SERVICIOS



- A).- Ofreció Servicios
- B).- No Ofreció Servicios
- C).- Ofreció Pero no Usaron
- D).- No Ofreció Pero Usarán

7.4.2).- EMPRESAS QUE SOLICITARON LOS SERVICIOS DEL I.M.C.E.

C O N C E P T O	EMPRESAS QUE EXPORTAN			EMPRESAS QUE NO EXPORTAN			EFECTIVIDAD TOTAL (%)
	# DE EMPRESAS	%	EFECTIVIDAD (%) $\frac{A \times B}{\frac{A}{C}}$	# DE EMPRESAS	%	EFECTIVIDAD (%) $\frac{A \times B}{\frac{A}{C}}$	
	A	B	C	A'	B'	C'	
SOLICITARON SERVICIOS	60	63	39.79	26	17	2.85	42.64
NO SOLICITARON SERVICIOS	15	16	2.53	84	54	29.26	31.79
SOLICITARON PERO NO USARON	7	7	0.52	45	29	8.42	8.94
NO SOLICITARON PERO USARAN	5	5	0.26	-	-	-	0.26
NO CONTESTARON	8	9	0.76	-	-	-	0.76
T O T A L E S	95	100	43.86	155	100	40.53	84.39

En contraposición al cuadro anterior, en éste encontramos que 86 empresas del total encuestadas concurren al I.M.C.E. a solicitar sus servicios logrando una efectividad total de 42.64% considerada como REGULAR para las empresas.

Ahora bien, como la función "promoción de servicios" no se ha efectuado debidamente según el cuadro anterior, estas empresas recurrieron al I.M.C.E. por iniciativa propia y sólo para hacerse llegar cierto tipo de información no muy compleja, además de que todas las empresas pertenecen a una Cámara según su ramo, y éstas en un momento determinado les proporcionan la asesoría en materia de Comercio Exterior que requieran, por otro lado, el mayor número de las empresas recurren a Instituciones de Crédito puesto que en ellas encuentran en un momento dado, el financiamiento requerido.

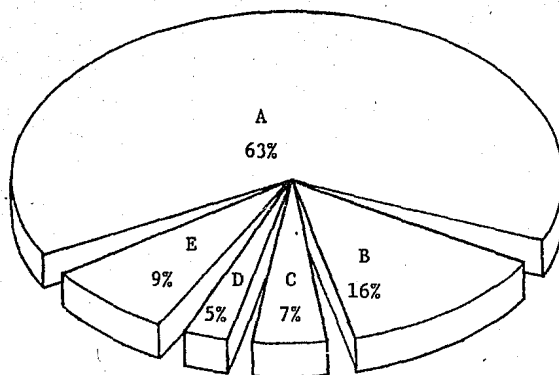
Por lo tanto, la conclusión a la que se llegaría, sería la que dicha promoción es deficiente.

GRAFICAS # 10, 11 y 12

GRAFICA # 10

EMPRESAS QUE SOLICITARON LOS SERVICIOS DEL I.M.C.E.

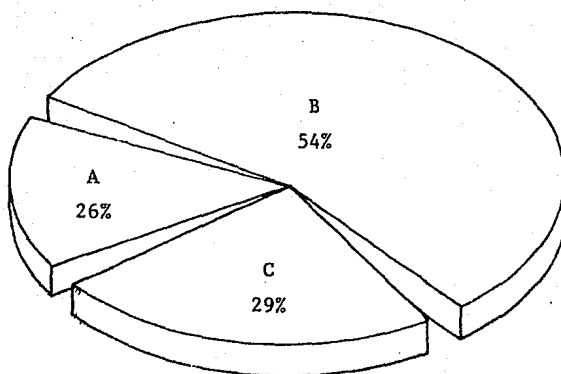
EMPRESAS QUE EXPORTAN



- A).- Solicitaron Servicios
- B).- No Solicitaron Servicios
- C).- Solicitaron Pero No Usaron
- D).- No Solicitaron Pero Usarán
- E).- No Contestaron

EMPRESAS QUE SOLICITARON LOS SERVICIOS DEL I.M.C.E.

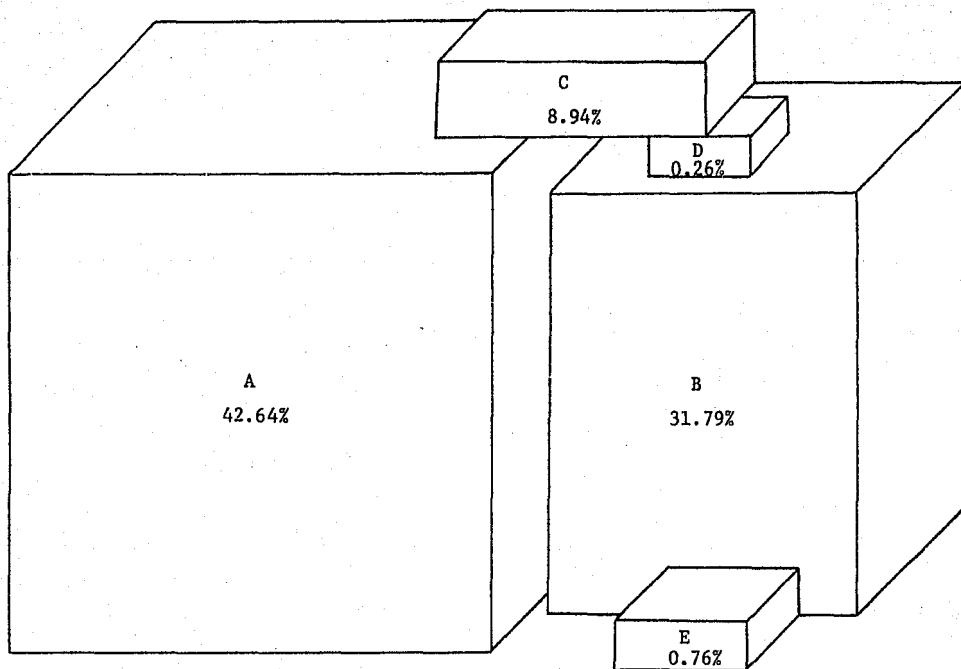
EMPRESAS QUE NO EXPORTAN



- A).- Solicitaron Servicios
- B).- No Solicitaron Servicios
- C).- Solicitaron Pero No Usaron
- D).- No Solicitaron Pero Usarán
- E).- No Contestaron

EFFECTIVIDAD TOTAL

EMPRESAS QUE SOLICITARON LOS SERVICIOS DEL I.M.C.E.



- A).- Solicitarón Servicios
- B).- No Solicitaron Servicios
- C).- Solicitaron Pero No Usaron
- D).- No Solicitaron Pero Usarán
- E).- No Contestaron

C O N C E P T O	EMPRESAS QUE EXPORTAN			EMPRESAS QUE NO EXPORTAN			EFECTIVIDAD TOTAL (%)
	# DE EMPRESAS	%	EFECTIVIDAD (%) $\frac{A \times B}{A}$	# DE EMPRESAS	%	EFECTIVIDAD (%) $\frac{A \times B}{A}$	
	A	B	C	A'	B'	C'	
VOLVERIA A USAR LOS SERVICIOS	5	5	0.26	38	24	5.88	6.14
NO VOLVERIA A USAR LOS SERVICIOS	24	25	6.32	6	4	0.15	6.47
PROBABLEMENTE LOS USARIA	15	16	2.53	26	17	2.85	5.38
SOLO PARA INFORMACION	9	10	0.95	26	17	2.85	3.80
LOS USAN ACTUALMENTE	32	34	11.45	-	-	-	11.45
NO CONTESTARON	5	5	0.26	59	38	14.46	14.72
SOLO CUANDO LO AMERITE	5	5	0.26	-	-	-	0.26
T O T A L E S	95	100	22.03	155	100	26.19	48.22

Tomando en cuenta que los conceptos son similares, este cuadro se analiza en cuanto a la efectividad total del mismo que es de 48.22%; luego entonces, en base a nuestro cuadro de efectividades es REGULAR.

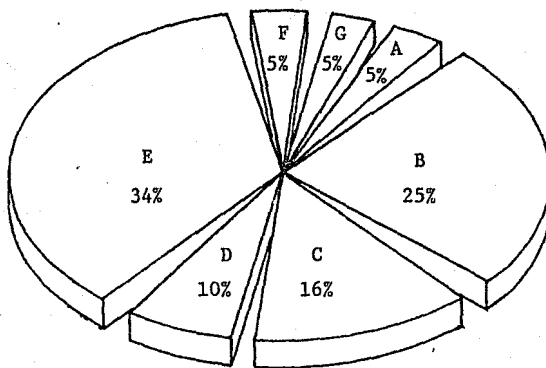
Debemos hacer notar que el 11.45% de esta efectividad total actualmente usa los servicios del Instituto, sin embargo, la investigación de campo nos muestra que un 6.47% definitivamente no volvería a utilizar estos servicios debido a las experiencias adquiridas con el Organismo.

Para este cuadro, la función del I.M.C.E. es la "promoción de los servicios" que proporciona; por lo que concluimos que la función y la información obtenida están acordes en cierto grado; pero existe un número determinado de empresas que no han recibido la atención adecuada.

GRAFICAS # 13, 14 y 15

POSIBILIDAD DE QUE LAS EMPRESAS USEN LOS SERVICIOS DEL I.M.C.E.

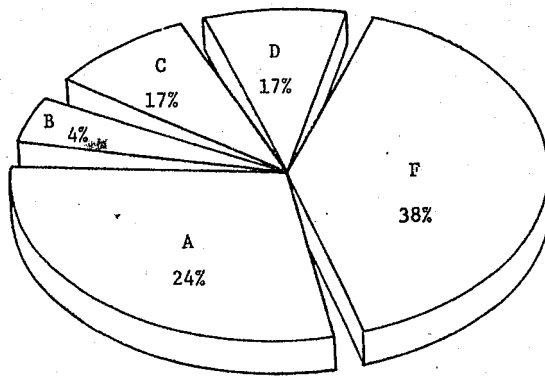
EMPRESAS QUE EXPORTAN



- A).- Volvería a Usar los Servicios
- B).- No Volvería a Usar los Servicios
- C).- Probablemente los Usaría
- D).- Sólo para Información
- E).- Los Usan Actualmente
- F).- No Contestaron
- G).- Sólo Cuando lo Amerite

POSIBILIDAD DE QUE LAS EMPRESAS USEN LOS SERVICIOS DEL I.M.C.E.

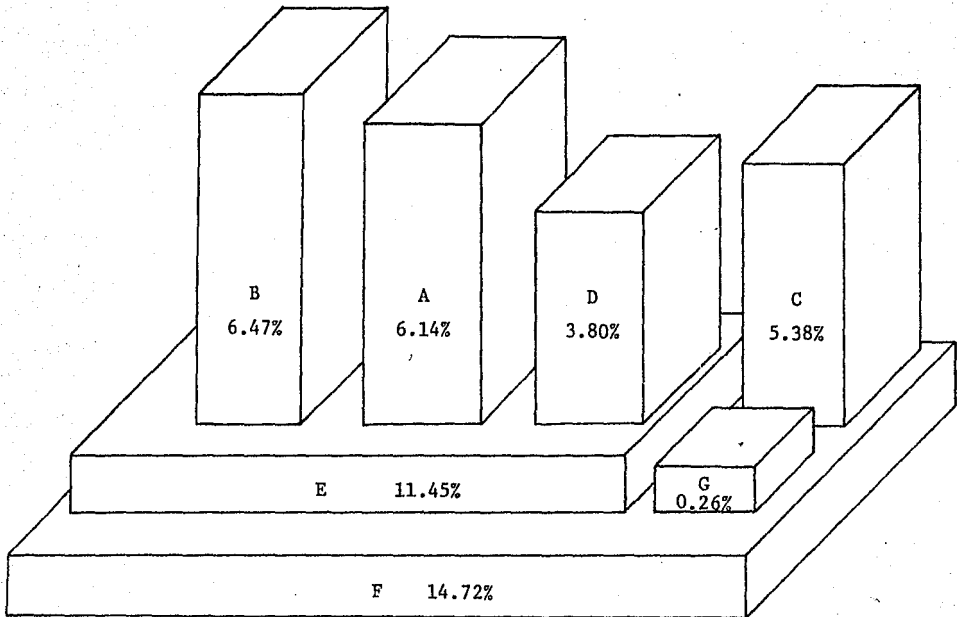
EMPRESAS QUE NO EXPORTAN



- A).- Volvería a Usar los Servicios
- B).- No Volvería a Usar los Servicios
- C).- Probablemente los Usaría
- D).- Sólo para Información
- E).- Los Usan Actualmente
- F).- No Contestaron
- G).- Sólo cuando lo Amerite

EFFECTIVIDAD TOTAL

POSIBILIDAD DE QUE LAS EMPRESAS USEN LOS SERVICIOS DEL I.M.C.E.



- A).- Volvería a Usar los Servicios
- B).- No Volvería a Usar los Servicios
- C).- Probablemente los Usaría
- D).- Sólo para información
- E).- Los Usan Actualmente
- F).- No Contestaron
- G).- Sólo Cuando lo Amerite

S E R V I C I O S I . M . C . E .

Las siguientes recomendaciones están enfocadas a las actividades de:

I.M.C.E. ofreció sus servicios, las empresas los solicitaron y la posi
bilidad de que éstas los usen (CUADRO 3, 4 y 5).

Puesto que el I.M.C.E. se creó para asesorar al empresario nacional de
be ofrecer sus servicios al menos a las empresas con mayor potencial para expor
tar, detectadas por éste, esto quiere decir, que debe elaborar programas, semina
rios, etc., para otorgar dicha asesoría pero en forma PERMANENTE.

Además de despertar en el empresario un cierto interés por conocer al
Instituto, publicando un determinado tipo de información en revistas especializa
das y no especializadas.

Con ésto I.M.C.E. tomará la iniciativa para darse a conocer y para lo-
grar que el mayor número de empresas existentes en México ocurran al Instituto -
en busca de apoyo y asesoría logrando así cumplir con su cometido.

7.5).- ASESORAMIENTO TECNICO PROPORCIONADO POR EL I.M.C.E. A LAS EMPRESAS

C O N C E P T O	EMPRESAS QUE EXPORTAN			EMPRESAS QUE NO EXPORTAN			EFECTIVIDAD TOTAL (%)
	# DE EMPRESAS	%	EFECTIVIDAD (%) $\frac{A \times B}{\% A}$	# DE EMPRESAS	%	EFECTIVIDAD (%) $\frac{A \times B}{\% A}$	
	A	B	C	A'	B'	C'	
RECIBIO ASESORIA EN TECNOLOGIA	-	-	-	-	-	-	-
NO RECIBIO ASESORIA EN TECNOLOGIA	95	100	50	155	100	50.00	100.00
T O T A L E S	95	100	50	155	100	50.00	100.00

Definitivamente en este punto, la información obtenida es negativa ya que el 100% de las empresas encuestadas no han recibido asesoría para determinar la tecnología más adecuada o para desarrollar una propia.

Aunque la efectividad total es de un 100% la consideraremos PESIMA ya que contamos con la referencia de nuestro cuadro de efectividades.

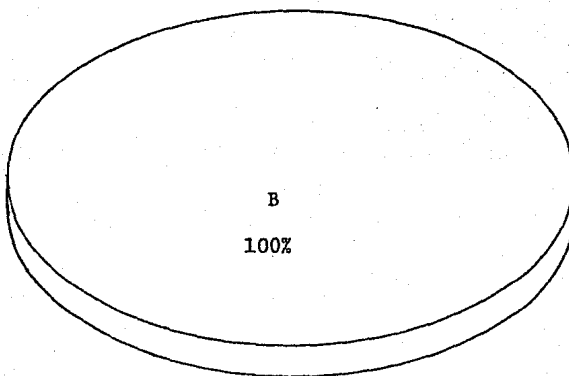
Siendo el objetivo del I.M.C.E. proporcionar asesoría en cuanto a tecnología, concluimos que no se cumple ésto debido a que el personal de este Instituto pudiera estar indebidamente capacitado ya que por lo regular las empresas establecidas en México, si no son filiales de grandes empresas del extranjero son empresas que difícilmente llegarían a exportar sus productos debido a que no se les ha prestado la debida atención y mucho menos se les ha asesorado para que sea aplicada en la producción de sus productos una tecnología lo suficientemente calificada como para lograr que dichos productos cuenten con las cualidades requeridas por los Mercados Internacionales.

GRAFICAS # 16, 17 y 18

GRAFICA # 17

ASESORAMIENTO TECNICO PROPORCIONADO POR EL I.M.C.E. A LAS EMPRESAS

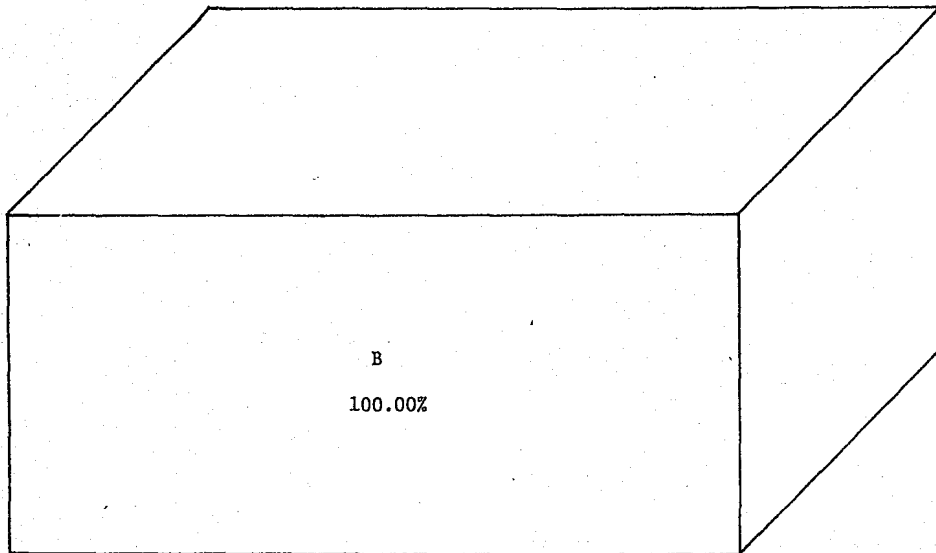
EMPRESAS QUE NO EXPORTAN



- A).- Recibió Asesoría en Tecnología
- B).- No Recibió Asesoría en Tecnología

EFFECTIVIDAD TOTAL

ASESORAMIENTO TECNICO PROPORCIONADO POR EL I.M.C.E. A LAS EMPRESAS



- A).- Recibió Asesoría en Tecnología
- B).- No Recibió Asesoría en Tecnología

C O N C E P T O	EMPRESAS QUE EXPORTAN			EMPRESAS QUE NO EXPORTAN			EFECTIVIDAD TOTAL (%)
	# DE EMPRESAS	%	EFECTIVIDAD (%) $\frac{A \times B}{C \times A}$	# DE EMPRESAS	%	EFECTIVIDAD (%) $\frac{A \times B}{C \times A}$	
	A	B	C	A'	B'	C'	
PODEMOS COMPETIR EN TECNOLOGIA	34	36	6.44	45	29	4.21	10.65
NO PODEMOS COMPETIR EN TECNOLOGIA	49	52	13.41	45	29	4.21	17.62
SOLO COMPETIMOS EN TECNOLOGIA A NIVEL NACIONAL	10	10	0.53	20	13	0.84	1.37
SE IMPORTA LA TECNOLOGIA	2	2	0.02	12	8	0.31	0.33
NO CONTESTARON	-	-	-	33	21	2.24	2.24
T O T A L E S	95	100	20.40	155	100	11.81	32.21

Los datos obtenidos demuestran que la efectividad total del cuadro es REGULAR, pero si analizamos detenidamente el mismo, nos damos cuenta de que solamente el 10.65% es positivo, el 1.37% tiene una respuesta conformista y el 20.19% restante se considera negativa ya que las respuestas son obvias, así la efectividad de este cuadro es MALA.

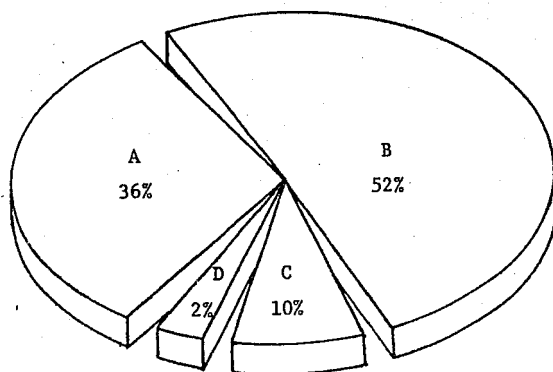
Esto pone en una situación desventajosa, en virtud de que incrementar exportaciones es un tanto difícil ya que no se cuenta con la tecnología lo suficientemente calificada para competir en el mercado internacional.

Por otra parte la industria nacional se ve en peligro debido a que no cuenta con maquinaria adecuada o falta de esta, además de aceptar maquinaria usada y obsoleta.

Los productos elaborados con esta maquinaria no pueden competir en el mercado internacional, debido a que la tecnología en los países industrializados está en constante evolución.

OPINION DE LAS EMPRESAS SOBRE TECNOLOGIA NACIONAL Y EXTRANJERA

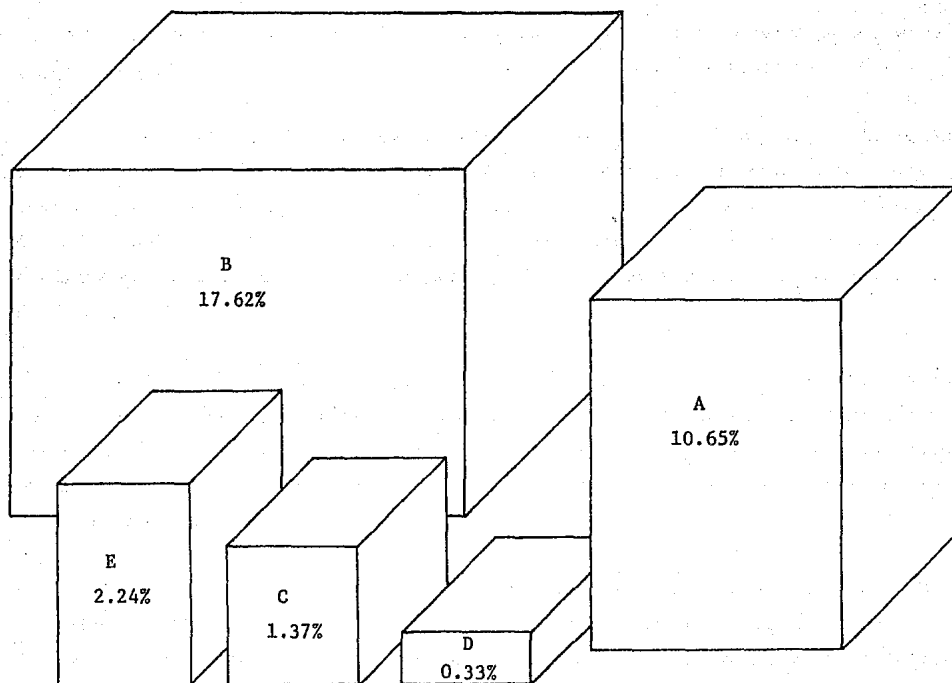
EMPRESAS QUE EXPORTAN



- A).- Podemos Competir en Tecnología
- B).- No Podemos Competir en Tecnología
- C).- Sólo a Nivel Nacional
- D).- Se importa la Tecnología
- E).- No Contestaron

EFFECTIVIDAD TOTAL

OPINION DE LAS EMPRESAS SOBRE TECNOLOGIA NACIONAL Y EXTRANJERA



- A).- Podemos Competir en Tecnología
- B).- No Podemos Competir en Tecnología
- C).- Sólo a Nivel Nacional
- D).- Se Importa la Tecnología
- E).- No Contestaron

ACTIVIDADES RELACIONADAS CON LA TECNOLOGÍA

Recomendaciones para los cuadros sobre asesoramiento recibido en Tecnología y competencia de la misma en el ámbito internacional (Cuadros 6 y 7):

Se deben impedir las importaciones de maquinaria obsoleta, desde el momento que no significarán una contribución ni al proceso de modernización integral en que se encuentran algunas ramas industriales, ni mucho menos a la etapa de reactivación con fines de incrementar la exportación, ya que ese equipo descontinuado o con mucho uso, difícilmente podría ser un elemento que mejorara la producción.

El I.M.C.E. debe tener mayor relación con las instituciones, en las que su función sea la investigación de sistemas de tecnología y en la preparación de personal técnico altamente calificado como lo es CONACYT y ARMO. Para así poder brindar un mejor servicio o asesoría en la materia, a las empresas que lo soliciten o lo requieran.

Además de canalizar los mecanismos más adecuados sobre transferencia de tecnología, para las empresas, en materia de exportación y que no se cuente con la tecnología propia que cumpla con los requisitos que pide el mercado internacional.

Dicho Instituto puede crear incentivos en materia de investigación tecnológica, para ser aplicada a productos de exportación.

C O N C E P T O	EMPRESAS QUE EXPORTAN			EMPRESAS QUE NO EXPORTAN			EFFECTIVIDAD TOTAL (%)
	# DE EMPRESAS	%	EFFECTIVIDAD (%) $\frac{A \times B}{C \times A}$	# DE EMPRESAS	%	EFFECTIVIDAD (%) $\frac{A \times B}{C \times A}$	
	A	B	C	A'	B'	C'	
LA EMPRESA ELABORA SOLA SUS PRODUCTOS	95	100	33.10	136	88	38.61	71.71
EL I.M.C.E. LA ASESORA	-	-	-	-	-	-	-
NO CONTESTARON	-	-	-	19	12	0.74	0.74
T O T A L	95	100	33.10	155	100	39.35	72.45

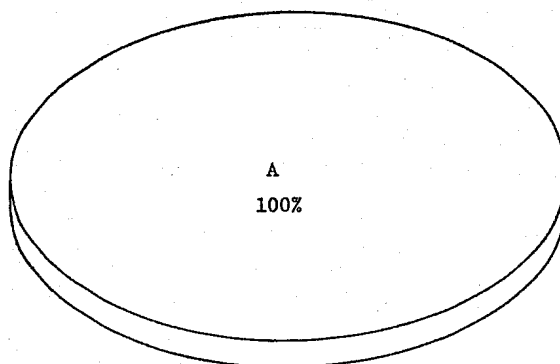
El asesoramiento en la elaboración de productos no lo analizaremos desde el punto de vista efectiva, ya que de considerarse así sería BUENA siendo que este porcentaje corresponde a las empresas que no han recibido ningún tipo de asesoría y el resto del porcentaje es negativo también ya que, no contestaron; por lo consiguiente, esta efectividad total de 72.45% se considera una efectividad MALA.

Por lo anteriormente expuesto y, tomando en cuenta el objetivo por parte del I.M.C.E., en este caso vemos que no cumple con su objetivo declarando por lo tanto que no trabaja de acuerdo con sus fines establecidos en el ASESORAMIENTO para la elaboración de productos a las empresas.

GRAFICAS # 22, 23 y 24

ASESORAMIENTO PROPORCIONADO POR EL I.M.C.E. PARA LA FABRICACION DE
SUS PRODUCTOS

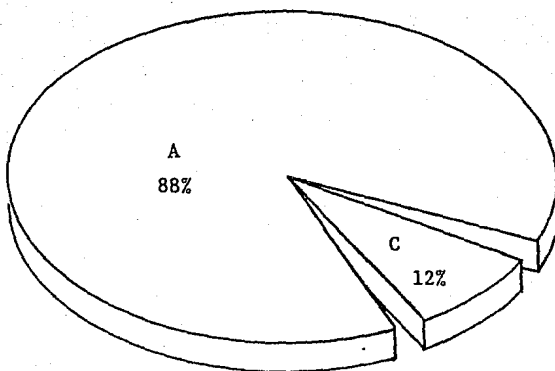
EMPRESAS QUE EXPORTAN



- A).- La Empresa Elabora Sola sus Productos
- B).- El I.M.C.E. la Asesora
- C).- No Contestaron

ASESORAMIENTO PROPORCIONADO POR EL I.M.C.E. PARA LA FABRICACION DE
SUS PRODUCTOS

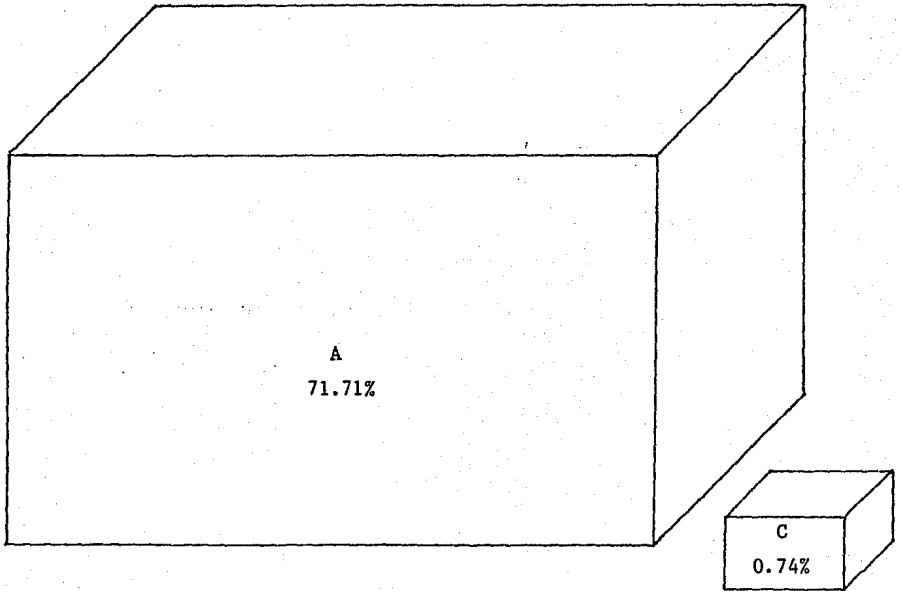
EMPRESAS QUE NO EXPORTAN



- A).- La Empresa Elabora Sola sus Productos
- B).- El I.M.C.E. la Asesora
- C).- No Contestaron

EFFECTIVIDAD TOTAL

ASESORAMIENTO PROPORCIONADO POR EL I.M.C.E. PARA LA FABRICACION DE SUS PRODUCTOS



A).- La Empresa Elabora sola sus Productos

B).- El I.M.C.E. la asesora

C).- No contestaron

C O N C E P T O	EMPRESAS QUE EXPORTAN			EMPRESAS QUE NO EXPORTAN			EFFECTIVIDAD TOTAL (%)
	# DE EMPRESAS	%	EFFECTIVIDAD (%) $\frac{A \times B}{C \times A}$	# DE EMPRESAS	%	EFFECTIVIDAD (%) $\frac{A \times B}{C \times A}$	
	A	B	C	A'	B'	C'	
SUS PRODUCTOS TIENEN CALIDAD DE EXPORTACION	89	94	28.49	98	63	19.92	48.41
SUS PRODUCTOS NO TIENEN CALIDAD DE EXPORTACION	2	2	0.01	12	8	0.31	0.32
SOLO TIENEN CALIDAD LOS PRODUCTOS A NIVEL NACIONAL	2	2	0.01	19	12	0.74	0.75
NO CONTESTARON	2	2	0.01	26	17	1.43	1.44
T O T A L	95	100	28.52	155	100	22.40	50.92

El cuadro nos muestra que su grado de efectividad total es BUENO comparativamente, con el aspecto de calidad de productos de exportación, que apenas llegan a tener una aceptación regular de los que se deduce la falta de intervención que el Instituto ha tenido, de acuerdo con sus objetivos y que son para mejorar la calidad de los productos que sea necesaria, además de no estar informado de las normas de calidad que se requieren en el mercado internacional, por lo que se pierde gran parte de ese mercado para nuestros productos.

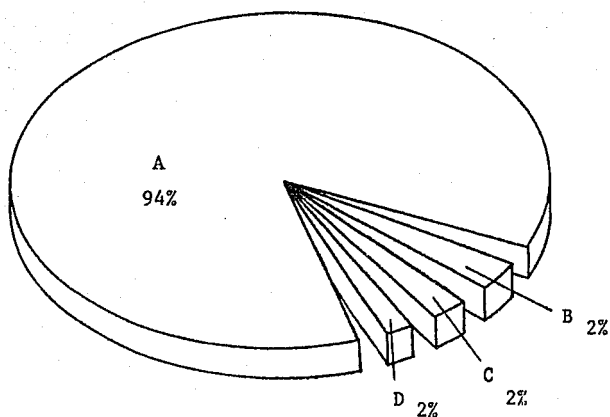
Ahora bien, de la investigación llevada a cabo al empresario considera que sus productos tienen buena calidad para la exportación y la opinión de organismos autorizados en la mayoría nos indican que la calidad de productos de exportación es MALA.

Por lo que se concluye que el Instituto no ha tenido la debida atención para los empresarios y hacerles notar que sus productos no son sometidos al control de calidad, ya que el mercado internacional requiere mercancía de calidad.

GRAFICAS # 25, 26 y 27

OPINION DE LAS EMPRESAS SOBRE LA CALIDAD DE SUS PRODUCTOS

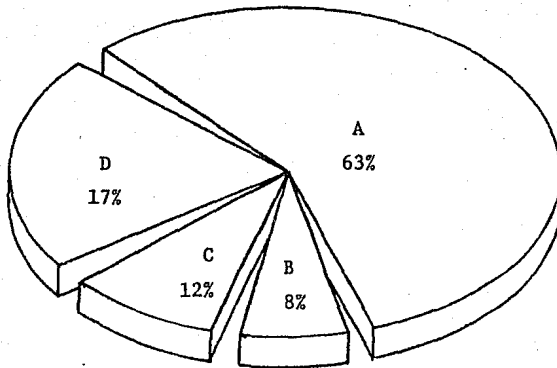
EMPRESAS QUE EXPORTAN



- A).- Sus Productos Tienen Calidad de Exportación
- B).- Sus Productos no Tienen Calidad de Exportación
- C).- Sólo a Nivel Nacional
- D).- No contestaron

OPINION DE LAS EMPRESAS SOBRE LA CALIDAD DE SUS PRODUCTOS

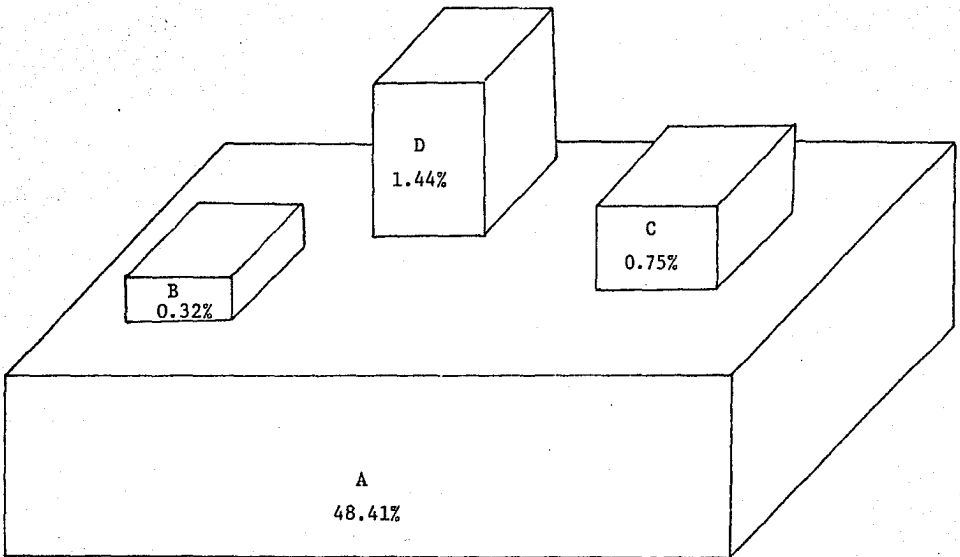
EMPRESAS QUE NO EXPORTAN



- A).- Sus Productos Tienen Calidad de Exportación
- B).- Sus Productos no Tienen Calidad de Exportación
- C).- Sólo a nivel Nacional
- D).- No contestaron

EFFECTIVIDAD TOTAL

OPINION DE LAS EMPRESAS SOBRE LA CALIDAD DE SUS PRODUCTOS



- A).- Sus productos tienen calidad de exportación
- B).- Sus productos no tienen calidad de exportación
- C).- Solo a nivel Nacional
- D).- No contestaron

ASESORAMIENTO Y CALIDAD EN LOS PRODUCTOS

Recomendaciones para la actividad relacionada con el asesoramiento en la elaboración y calidad de los productos (Cuadros 8 y 9):

Asesorar en cuanto a la capacidad industrial instalada que se encuentra ociosa, para lo cual es necesario que exista una oferta de crédito.

Reestructurar las condiciones de los fondos de apoyo financiero, para que puedan hacer uso de ellos una mayor cantidad de empresarios.

Poner mayor atención a la fabricación de artículos de mejor calidad, a fin de que sean competitivos en el mercado internacional.

Conscientizar al exportador mexicano para que elabore sus productos -- con una nueva mentalidad y sea más agresivo en su interés por penetrar nuevos - mercados.

Implantar un plan nacional de exportación en el que participen los sectores de la economía, principalmente industria, agro y comercio, para que los - precios de los productos mexicanos puedan alcanzar una competitividad internacional.

Que los industriales diversifiquen tanto sus productos de exportación como los mercados en los cuales se colocan.

Capacitar a los técnicos mexicanos en el aspecto de control de calidad.

Adecuar la promoción en los mercados exteriores a fin de dar a conocer nuestros productos.

7.9).- CAPACIDAD DEL PERSONAL QUE LABORA EN EL I.M.C.E.

C O N C E P T O	EMPRESAS QUE EXPORTAN			EMPRESAS QUE NO EXPORTAN			EFECTIVIDAD TOTAL (%)
	# DE EMPRESAS	%	EFECTIVIDAD (%) $\frac{A \times B}{\% A}$	# DE EMPRESAS	%	EFECTIVIDAD (%) $\frac{A \times B}{\% A}$	
	A	B	C	A'	B	C'	
PERSONAL DEL I.M.C.E. CAPACITADO	30	32	10.11	59	38	7.23	17.34
PERSONAL DEL I.M.C.E. NO CAPACITADO	34	36	12.88	31	20	2.00	14.88
CAPACITADO EN FORMA REGULAR	7	7	0.52	-	-	-	0.52
CAPACITADO EN CIERTOS ASPECTOS	2	2	0.04	-	-	-	0.04
NO OPINARON	22	23	5.33	65	42	8.81	14.14
T O T A L	95	100	28.88	155	100	18.04	46.92

Los datos obtenidos en la investigación de este cuadro está mostrando que el grado de efectividad total es de 46.92% considerada en nuestra escala de calificaciones como REGULAR.

Pero si la función I.M.C.E. es de proporcionar lo necesario al empresario nacional en cuanto a todo tipo de materia en comercio exterior, y que el personal que labora para el Instituto es el encargado de realizarlo.

La efectividad que resulta es baja en virtud de que debe de ser en un 100%, se hace notar que un gran número de empresas cuentan con personal adecuado y capacitado en materia de comercio exterior, además que las Cámaras brindan este tipo de asesoría y agencias, por lo consiguiente, el I.M.C.E. debe estar por arriba de todas estas y capacitar a su personal en forma óptima para que se cumpla uno de sus tantos objetivos.

GRAFICAS # 28, 29 y 30

7.9).- CAPACIDAD DEL PERSONAL QUE LABORA EN EL I.M.C.E.

C O N C E P T O	EMPRESAS QUE EXPORTAN			EMPRESAS QUE NO EXPORTAN			EFECTIVIDAD TOTAL (%)
	# DE EMPRESAS	%	EFECTIVIDAD (%) $\frac{A \times B}{\frac{A}{A}}$	# DE EMPRESAS	%	EFECTIVIDAD (%) $\frac{A \times B}{\frac{A}{A}}$	
	A	B	C	A'	B	C'	C + C'
PERSONAL DEL I.M.C.E. CAPACITADO	30	32	10.11	59	38	7.23	17.34
PERSONAL DEL I.M.C.E. NO CAPACITADO	34	36	12.88	31	20	2.00	14.88
CAPACITADO EN FORMA REGULAR	7	7	0.52	-	-	-	0.52
CAPACITADO EN CIERTOS ASPECTOS	2	2	0.04	-	-	-	0.04
NO OPINARON	22	23	5.33	65	42	8.81	14.14
T O T A L	95	100	28.88	155	100	18.04	46.92

Los datos obtenidos en la investigación de este cuadro está mostrando que el grado de efectividad total es de 46.92% considerada en nuestra escala de calificaciones como REGULAR.

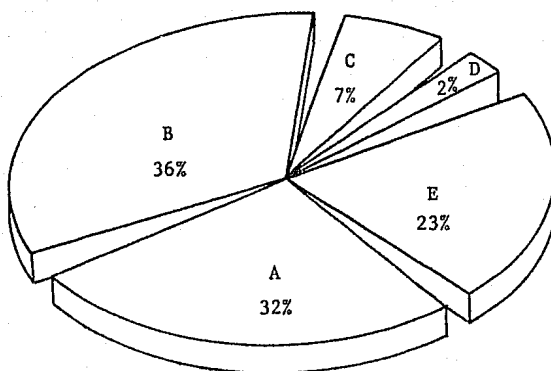
Pero si la función I.M.C.E. es de proporcionar lo necesario al empresario nacional en cuanto a todo tipo de materia en comercio exterior, y que el personal que labora para el Instituto es el encargado de realizarlo.

La efectividad que resulta es baja en virtud de que debe de ser en un 100%, se hace notar que un gran número de empresas cuentan con personal adecuado y capacitado en materia de comercio exterior, además que las Cámaras brindan este tipo de asesoría y agencias, por lo consiguiente, el I.M.C.E. debe estar por arriba de todas estas y capacitar a su personal en forma óptima para que se cumpla uno de sus tantos objetivos.

GRAFICAS # 28, 29 y 30

CAPACIDAD DEL PERSONAL QUE LABORA EN EL I.M.C.E.

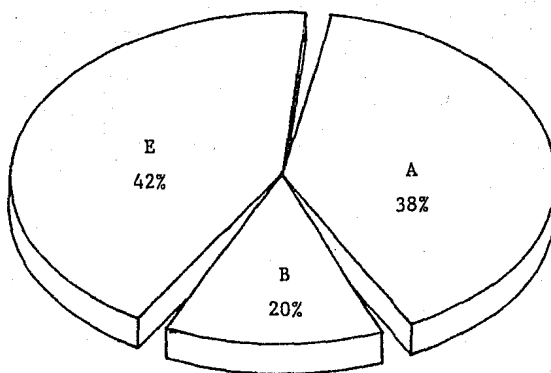
EMPRESAS QUE EXPORTAN



- A).- Personal del I.M.C.E. capacitado
- B).- Personal del I.M.C.E. no capacitado
- C).- Capacitado en forma regular
- D).- Capacitado en ciertos aspectos
- E).- No opinaron

CAPACIDAD DEL PERSONAL QUE LABORA EN EL I.M.C.E.

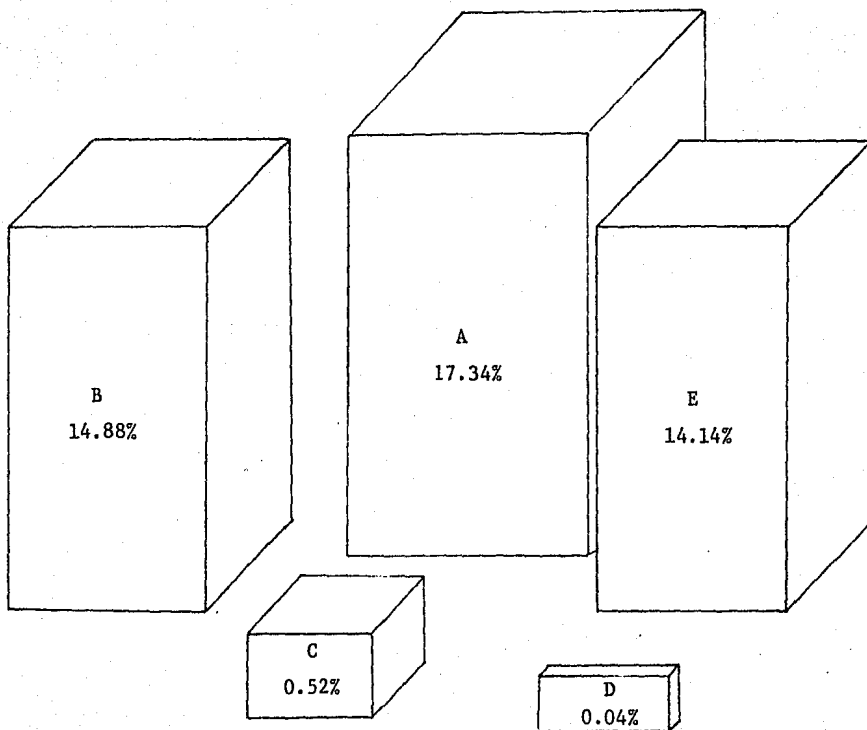
EMPRESAS QUE NO EXPORTAN



- A).- Personal del I.M.C.E. capacitado
- B).- Personal del I.M.C.E. no capacitado
- C).- Capacitado en forma regular
- D).- Capacitado en ciertos aspectos
- E).- No opinaron

EFFECTIVIDAD TOTAL

CAPACIDAD DEL PERSONAL QUE LABORA EN EL I.M.C.E.



- A).- Personal del I.M.C.E. capacitado
- B).- Personal del I.M.C.E. no capacitado
- C).- Capacitación regular
- D).- Capacitado en ciertos aspectos
- E).- No opinaron

CUADRO # 11

7.10).- PROBLEMAS DE LAS EMPRESAS CON I.M.C.E.

C O N C E P T O	EMPRESAS QUE EXPORTAN			EMPRESAS QUE NO EXPORTAN			EFECTIVIDAD TOTAL (%)
	# DE EMPRESAS	%	EFECTIVIDAD (%) $\frac{A \times B}{c \times A}$	# DE EMPRESAS	%	EFECTIVIDAD (%) $\frac{A \times B}{c \times A}$	
	A	B	C	A'	B'	C'	
TUVIERON PROBLEMAS CON EL I.M.C.E.	9	9	0.43	12	8	0.30	0.73
NO TUVIERON PROBLEMAS CON EL I.M.C.E.	86	91	41.19	143	92	42.44	83.63
TOTALES	95	100	41.62	155	100	42.74	84.36

Este cuadro demuestra un grado de efectividad total de 84.36% que, de acuerdo con nuestra escala de calificaciones EXCELENTE, esto quiere decir que no se presentó ningún tipo de problemas.

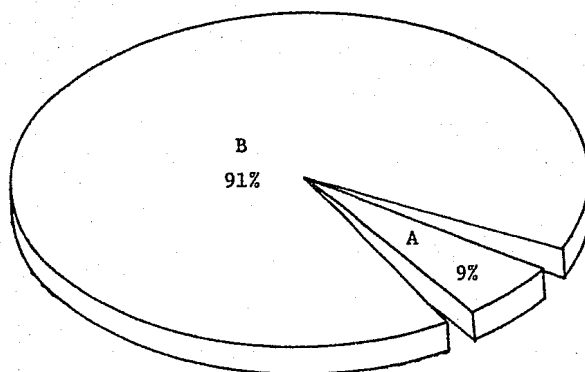
El I.M.C.E al otorgar sus servicios los realiza de manera adecuada considerando que, al presentarse ante los empresarios los lleva a cabo de manera eficiente y con buen sentido de formalización, ya que es uno de sus tantos objetivos establecidos

NOTA: La contradicción a la que se llega en este cuadro es debido a que un cierto número de empresas no ha tenido contacto con el I.M.C.E.

GRAFICAS # 31, 32 y 33

PROBLEMAS DE LAS EMPRESAS CON I.M.C.E.

EMPRESAS QUE EXPORTAN

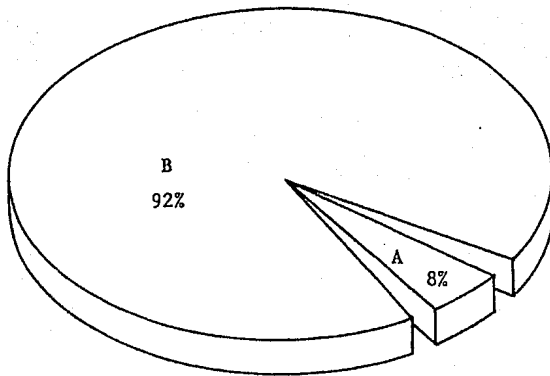


A).- Tuvieron problemas con I.M.C.E.

B).- No tuvieron problemas con I.M.C.E.

PROBLEMAS DE LAS EMPRESAS CON I.M.C.E.

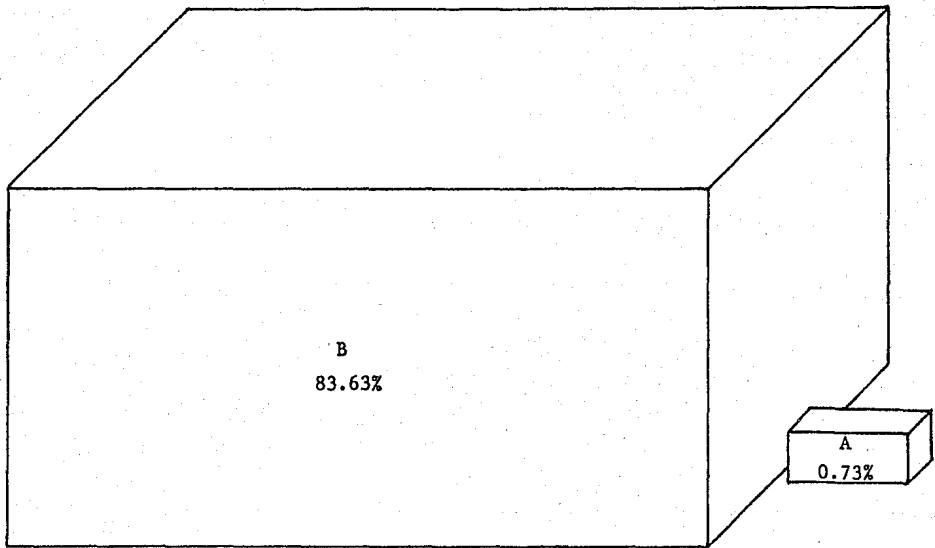
EMPRESAS QUE NO EXPORTAN



- A).- Tuvieron problemas con I.M.C.E.
- B).- No tuvieron problemas con I.M.C.E.

EFFECTIVIDAD TOTAL

PROBLEMAS DE LAS EMPRESAS CON I.M.C.E.



A).- Tuvieron problemas con I.M.C.E.

B).- No tuvieron problemas con I.M.C.E.

CAPACITACION DEL PERSONAL EN I. M. C. E.

Recomendaciones para la actividad relacionada con el grado de capacitación del personal del I.M.C.E. (Cuadros 10 y 11):

Deben impartirse cursos periódicos de Comercio Exterior abarcando funciones específicas a todos los niveles.

El empresario debe quedar completamente satisfecho cuando se le visite o recurra al I.M.C.E.

Motivar al personal del Instituto ya que es el indicado y el que está llevando la imagen del organismo en cuanto a sus funciones.

Además de estar al día en las innovaciones en materia de Comercio Exterior.

Mantener las buenas relaciones con el empresario, no descuidar este aspecto de ninguna manera ni quedarse estancado; debe buscar la mejor manera de que no existan problemas con su personal en todos los aspectos.

Llevar un control en cuanto a los diferentes problemas que se le presentan en todos los niveles con el fin de que en futuros inmediatos, evitarlos.

Implantar el sistema de sugerencias para que el Instituto detecte con mayor facilidad las áreas conflictivas.

7.11).- ASESORIA EN GENERAL PROPORCIONADA POR I.M.C.E. A LAS EMPRESAS

CONCEPTO	EMPRESAS QUE EXPORTAN			EMPRESAS QUE NO EXPORTAN			EFECTIVIDAD TOTAL (%)
	# DE EMPRESAS	%	EFECTIVIDAD (%) $\frac{A \times B}{C \times A}$	# DE EMPRESAS	%	EFECTIVIDAD (%) $\frac{A \times B}{C \times A}$	
	A	B	C	A'	B'	C'	
RECIBIO ASESORIA ADECUADA	43	45	20.37	12	8	0.62	20.99
NO RECIBIO ASESORIA ADECUADA	26	27	7.39	84	54	29.26	36.65
RECIBIO ASESORIA DUDOSA	2	2	0.04	-	-	-	0.04
RECIBIO PERO NO USARON	13	14	1.92	51	33	10.86	12.78
NO RECIBIO PERO NECESITARON	11	12	1.27	8	5	0.26	1.53
TOTALES	95	100	30.99	155	100	41.00	71.99

Al analizar este cuadro tenemos una efectividad total de 71.99%, tomando en cuenta que el renglón de RECIBIO ASESORIA ADECUADA tiene una efectividad de 20.99% y NO RECIBIO ASESORIA ADECUADA de 36.65% que, de acuerdo con nuestra escala de calificaciones serán MALA Y REGULAR respectivamente.

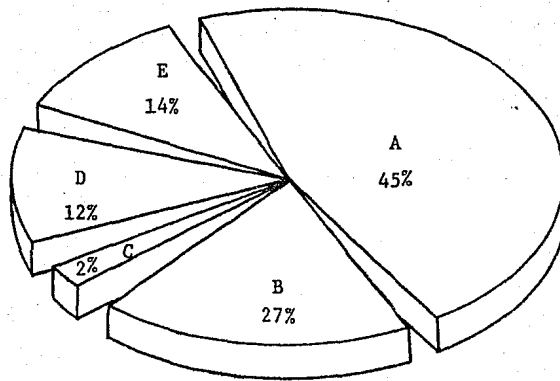
Ya que el objetivo primordial del I.M.C.E., es el de proporcionar toda aquella asesoría que se le solicite o que se considere necesaria en materia de exportación, deberá otorgarla con mayor esmero que le sea posible, concluyendo esto con la comparación de lo investigado notamos que la función I.M.C.E. no está cumpliendo ni con un 50% de la finalidad para lo que fue creado.

NOTA: No lleva recomendación si no hasta las generales.

GRAFICAS # 34, 35 y 36

ASESORIA EN GENERAL PROPORCIONADA POR I.M.C.E. A LAS EMPRESAS

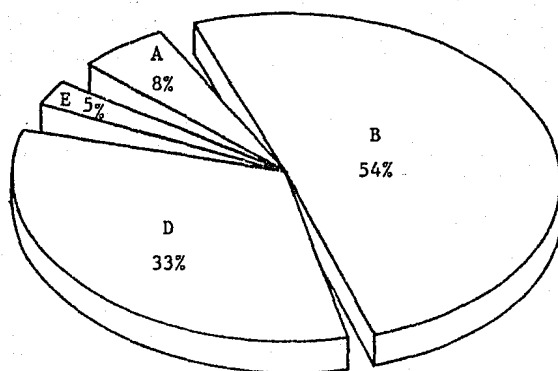
EMPRESAS QUE EXPORTAN



- A).- Recibió asesoría adecuada
- B).- No recibió asesoría adecuada
- C).- Recibió asesoría dudosa
- D).- Recibió pero no usaron
- E).- No recibió pero necesitaron

ASESORIA EN GENERAL PROPORCIONADA POR I.M.C.E. A LAS EMPRESAS

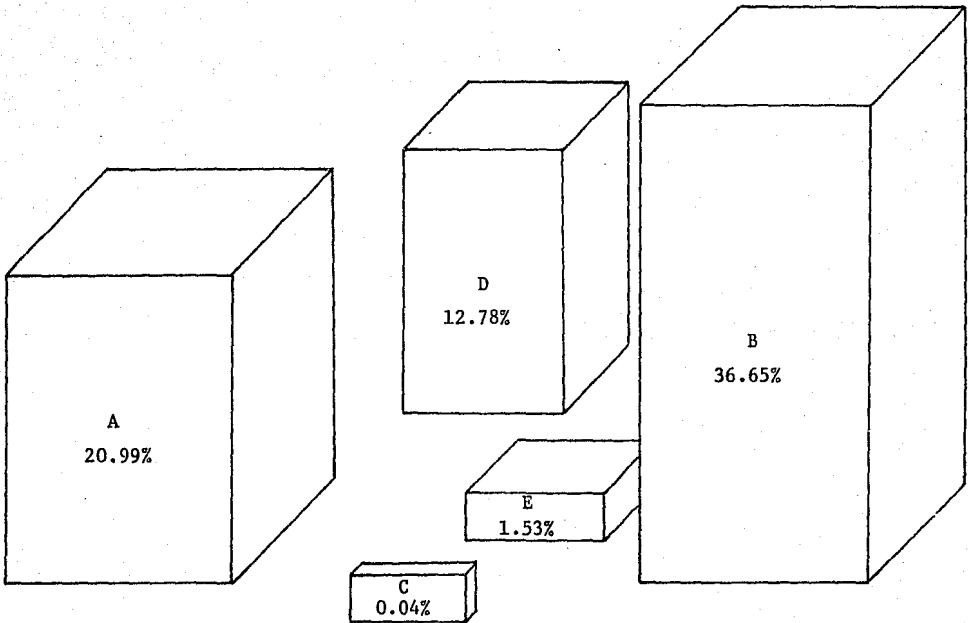
EMPRESAS QUE NO EXPORTAN



- A).- Recibió asesoría adecuada
- B).- No recibió asesoría adecuada
- C).- Recibió asesoría dudosa
- D).- Recibió pero no usaron
- E).- No recibió pero necesitaron

EFFECTIVIDAD TOTAL

ASESORIA EN GENERAL PROPORCIONADA POR I.M.C.E. A LAS EMPRESAS



- A).- Recibió asesoría adecuada
- B).- No recibió asesoría adecuada
- C).- Recibió Asesoría dudosa
- D).- Recibió pero no usaron
- E).- No recibió pero necesitarán

C A P I T U L O 8

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES SOBRE LOS ERRORES Y DEFICIENCIAS

DETECTADOS

8.1).- C O N C L U S I O N E S

En el desarrollo de este siminario, se han visto las funciones que el I.M.C.E. debe desarrollar para "Promover el Comercio Exterior en México" en especial las Exportaciones ya que si a éstas se les dá el apoyo y empuje necesarios, llegarían a ser el renglón principal de nuestra Balanza Comercial.

Como se vio en el tema anterior, las fuentes de información fueron dos:

a) El I.M.C.E. mismo, y

b) Las empresas establecidas en el D.F. y zonas aledañas, y de la comparación de la información obtenida de ambas fuentes y después de analizarlas y apoyándonos un poco en los comentarios sobre el I.M.C.E., publicados en los diarios de mayor circulación en México, se llegaron a las siguientes conclusiones:

Los elementos principales que afectan en forma negativa al Instituto - son dos:

1) Los medios que emplea para difundir los servicios que proporciona al empresario nacional, es decir, que si el Instituto no se dá a co no cer en forma general, resulta difícil y casi imposible que las em presas acudan al mismo.

2) El grado de capacidad del personal del I.M.C.E., esto quiere decir, que si el personal no está debidamente capacitado, la información y asesoría que proporciona no será la adecuada.

1) Notamos que el medio que emplea el I.M.C.E. para dar a conocer al - empresario nacional los servicios que proporciona, son los folletos editados por él mismo.

Y como se analizó en el cuadro referente a este punto, éstos adolecen de mucha información.

Es definitivo que si el empresario no cuenta con un conocimiento casi pleno, no acudirá al Instituto aunque al hacerlo se le informaría ampliamente, - pero debido a la incapacidad del personal podría hacerle perder interés en continuar.

2) El personal que labora en el Instituto, no está capacitado como debiera, ya que a los empresarios nacionales no se les proporcionó la información o asesoría requerida por éstos para lograr la colocación de sus productos en el mercado internacional, por consiguiente, y para afectar aún más la imagen un poco deteriorada del I.M.C.E., dichas empresas para no sufrir ningún transtorno en sus exportaciones, acuden a la Banca Privada o a empresas dedicadas a la exportación de productos.

Desafortunadamente, para el I.M.C.E., y por contra, con lo que pueden lograr las empresas de este organismo, las Cámaras vienen a agravar aún más esta situación tan desventajosa para el Instituto ya que ellas también les proporcionan a las empresas, todo tipo de asesoría en materia de Comercio Exterior.

En consecuencia, el empresario nacional conociendo la incapacidad del I.M.C.E. o su falta de interés en desarrollar las exportaciones o de incrementar las abriendo nuevos mercados, acude a la Banca o a la Cámara de la que es agremiado, obteniendo una respuesta inmediata y positiva y de la Banca en particular, hasta el financiamiento que en un determinado momento requiera.

Por consiguiente, y en forma general, estos dos puntos son de vital importancia para el I.M.C.E., ya que sin éstos, no podrá desarrollar sus funciones al 100% y por el contrario sólo perjudicará más la imagen que tiene ante el empresario nacional.

Dándole la solución a estos puntos, el Instituto podrá entonces comenzar una nueva etapa de la cual el resultado sería el incremento de exportaciones de productos mexicanos.

8.2).- RECOMENDACIONES

El incremento de las exportaciones, como un futuro desarrollo, es una tarea al alcance del país y en particular del I.M.C.E., con base en el nivel de progreso que se vaya logrando a través de que dicho Instituto desarrolle sus funciones plenamente; para lo cual ponemos a consideración lo siguiente:

- 1.- Planear, programar, fomentar y coordinar en forma efectiva todas aquellas actividades de promoción de productos mexicanos para la exportación y evaluar los resultados que se obtengan.
- 2.- Crear un verdadero programa donde se analicen con precisión y profundidad los graves problemas por lo que atraviesa el país en materia de exportación y darles solución real y no nada más darle vueltas al problema sin resolverlo.
- 3.- Deberá realizar un esfuerzo especial de promoción publicitaria con el fin de reducir costos, incrementar el grado de elaboración y mejorar la calidad y presentación de los productos que sean factibles de colocar en el mercado extranjero.
- 4.- Tendrá una mayor participación en cuanto a proporcionar la asesoría requerida para la fabricación de productos en todas aquellas empresas con potencial de exportación y así mantener el mercado existente.
- 5.- Que se enfrente a todos los problemas que se le presenten con mayor energía y determinación, otorgando la soluciones más adecuadas en favor de las exportaciones.
- 6.- Mantener una buena imagen ante el empresario nacional, preocupándose en capacitar a su personal para que éste cumpla en forma óptima con el objetivo de informar y/o asesorar, asimismo, deberá emplear sólo al personal necesario para aprovecharlo al máximo o en la forma más adecuada.

- 7.- Deberá controlar por medio de sus representantes en el extranjero que la entrega de mercancías sea puntual y oportuna.
- 8.- Agilizar la tramitación y documentación de las exportaciones, efectuando una revisión profunda a las operaciones que se realizan para tales efectos.
- 9.- Establecer un control de las empresas que utilicen sus servicios con el objeto de evaluar los resultados alcanzados.

C A P I T U L O 9

CONCLUSION GENERAL

9).- CONCLUSION GENERAL

Una vez que hemos efectuado un análisis completo a la información obtenida tanto del mismo Instituto como de las empresas a través de la investigación de campo, y ayudándonos en la opinión pública expresada en los diarios de mayor circulación en México, llegamos a las siguientes conclusiones:

El I.M.C.E. se ha convertido en un "Elefante Blanco" como consecuencia de un mal entendido de austeridad, ya que la labor de promoción llevada a cabo hasta 1976, se ha convertido en gran pasividad.

Por otro lado, sus autoridades actuales son enemigas de realizar exposiciones, muestras y brigadas comerciales a través de las cuales, durante el sexenio pasado (Administración del Lic. Luis Echeverría A.), se logró conscientizar a los productores mexicanos para conquistar mercados en el exterior.

El Instituto pensó que reduciendo sus gastos de operación se lograrían incrementar las exportaciones, pero esta política es inadecuada "ya que si no salimos a los mercados que requieren nuestros productos, los compradores no vendrán a México y por el contrario buscarán abastecimiento en otros países que actúan con mayor energía y decisión".

Además, ¿Qué ha pasado con aquella extraordinaria labor que como promotores llevaron a cabo los consejeros comerciales del I.M.C.E., destacados en Europa, Estados Unidos, Japón, y otras naciones del mundo?

Definitivamente, esa supuesta austeridad afectó en forma determinante su actuación y por consiguiente la exportación de nuestros productos se vio limitada al grado de incrementar más el desequilibrio en nuestra Balanza Comercial.

Otro de los factores que aumentan la ineficiencia del I.M.C.E. es el interés de la banca privada por apoyar las exportaciones.

Actualmente el crédito para preexportación y exportación ocupa uno de los primeros lugares según el monto de operaciones, pero hay mucho más que hacer ya que se cuenta con bastantes recursos, además de que Somex respalda ampliamente

estos créditos con buenas tasas de interés.

"Obviamente las consecuencias de la supresión de preferencias arancelarias de 267 productos mexicanos que se exportan a Estados Unidos se sentirán, pero lo indicado es nivelar la balanza comercial enviando productos manufacturados" (Artículo publicado en el Sol. de México el 13 de Febrero de 1978).

El apoyo que proporciona la banca privada no solamente se concreta en los créditos para la exportación sino que también busca financiar la elaboración de productos expresamente para ser enviados al mercado exterior, y preexportación, y con ésto se lograría penetrar en otros países que necesitan tanto materias primas como productos elaborados, siendo ideal la exportación de los últimos.

En términos generales el I.M.C.E. ha dedicado todo su esfuerzo en la ejecución de otras actividades que nada tienen que ver con la "promoción en el extranjero de los productos mexicanos" y en cambio ha efectuado una serie de modificaciones a sus sistemas de operación y a su estructura organizacional que de ninguna manera optimizarán la promoción del comercio exterior de México.

Por consiguiente, no ha cumplido ni con la ley que le confirió atribuciones sobre comercio exterior, ni con las empresas que serían sus principales usuarios ni mucho menos ha contribuido a mejorar la economía del país nivelando la balanza comercial impulsando adecuadamente las exportaciones.

Como un apoyo a nuestras conclusiones, presentamos el artículo de la señorita Nora Hilda Gómez publicado en el Sol de México :

¿ HACIA DONDE VA EL IMCE ?

*50 mil millones de pesos

*Hermetismo, signo del Instituto

*Poco interés de ellos, dicen los industriales

A pesar de los constantes llamados que el sector privado ha hecho para que el Instituto Mexicano de Comercio Exterior rompa con su larga etapa de austeridad, a la fecha no hay un programa concreto de trabajo de este organismo, que manifieste el arranque de la promoción del comercio exterior del país.

Diversos sectores relacionados con la exportación han manifestado que el déficit comercial del país este año será de 50 mil millones de pesos para lo cual no --- existe una respuesta eficiente en materia de exportación, y menos de promoción.

La pregunta que se han hecho diversos organismos exportadores y aún los propios industriales es ¿qué pasa con el IMCE, hacia dónde se dirige, por qué después de dos años no ha presentado un programa de trabajo elaborado conjuntamente con el sector privado? ¿se perderá todo lo que logró realizarse en el sexenio pasado en el renglón de promover y encontrar nuevos mercados para nuestros productos, o --- simplemente que no se justifica la existencia de este organismo?

La respuesta sólo podrá darla el propio IMCE, a través de su director general, licenciado Adrián Lajous, pero hay que considerar también que no sólo depende de la decisión de esa institución el que se promueva o no nuestro comercio, también están involucradas otras dependencias, -como la Secretaría de Comercio- que traza las directrices del IMCE.

Si durante el sexenio anterior el derroche para dar a conocer ese organismo fue cuantioso, ahora las cosas se han llevado a los extremos, porque de una publicidad y promoción constante se ha pasado a un hermetismo total; el director, Adrián Lajous, se niega a informar sobre lo que viene desarrollando al frente del organismo y es más, ha dado órdenes a todos los funcionarios de mantener la boca cerrada.

Con esta actitud sólo se demuestra que las cosas no están funcionando ahí adentro como debieran o simplemente que el IMCE no tiene una justificación para que exista.

Porque si se trata de desarrollar un programa de trabajo, las ideas sobran, aún cuando Lajous ha dicho en contadas ocasiones que el IMCE no tiene que promover, porque no hay la producción suficiente para hacerlo y que en todo caso sólo sirve para alentar a los productores a participar en forma agresiva en comercio exterior, son muchas las versiones contrarias que se han dado a ese respecto.

En primer lugar, los industriales aseguran que el IMCE ha tenido poco interés en acercarse a ellos, la mayoría, respondieron a una pregunta específica que "no sabemos como utilizar los servicios del IMCE porque nunca se nos ha informado al --- respecto".

De acuerdo a lo anterior, se desprende la necesidad de que el IMCE difunda sus --- verdaderas funciones, que informe a los industriales sobre cuales son los servi --- cios que les ofrece. De esa forma se justificaría el alto costo de la nómina --- de ese organismo, en el cual laboran técnicos de reconocida capacidad, pero desah --- provechados totalmente, porque aún cuando partiéramos de la premisa de que sí se está trabajando, que se informe de los resultados.

Por Nora Hilda Gómez de "El Sol de México"

De lo anterior se desprenden las siguientes recomendaciones:

- 1.- Para poder aumentar el comercio exterior de México es necesario seguir una política de continuidad y mantener contactos, que a través de diversos programas de trabajo den resultados favorables que, permitan atacar diversos problemas que frenan las exportaciones mexicanas.
- 2.- Las instalaciones, los servicios para el acopio, distribución y manejo de productos así como un apoyo financiero adecuado deben considerarse fundamentales para un sano desarrollo del comercio.
- 3.- Los sistemas de comercialización deben de ser eficaces y contar - con una adecuada infraestructura física para tener un buen almacenamiento y conservación de productos de buena calidad, para que se tenga una capacidad para cubrir una buena demanda en el exterior.
- 4.- Para aumentar las exportaciones es necesario establecer una vigilancia en las normas de calidad de la producción general para que se mejore y sea - de por sí competitiva. Por consecuencia es necesario crear escuelas o institu- tos donde se preparen técnicos mexicanos en el aspecto de control de calidad ya que este punto es vital para las exportaciones.
- 5.- Planificar un adecuado sistema de transporte que permita al empre- sario mexicano agilizar sus exportaciones ya sea que lo realice por cualquier medio de transporte como son el aéreo, terrestre o marítimo.
- 6.- Organizar de manera efectiva programas de exportación sobre la ba- se de precios que compitan en los mercados internacionales.
- 7.- Crear una ley de comercio exterior que contengan toda una estructu- ra, que no esté dispersa y no esté basada en diferentes disposiciones contradic- torias.
- 8.- Mantener una política más efectiva y veraz en cuanto a incentivos fiscales, aranceles y todo lo relacionado con el aspecto fiscal, para incrementar las exportaciones.

9.- Además de considerar aquellas recomendaciones expuestas en el tema anterior que afectan directamente al I.M.C.E.

ORGANISMOS GUBERNAMENTALES QUE LEGISLAN EL COMERCIO EXTERIOR

ORGANISMOS GUBERNAMENTALES QUE LEGISLAN EL COMERCIO EXTERIOR

COORDINACION DEL COMERCIO EXTERIOR EN MEXICO

Es sorprendente el número de organismos que intervienen en el manejo del comercio exterior. El numeroso aparato administrativo que se dedica a esta actividad se puede dividir en dos sectores: el Público y el Privado.

La coordinación del Sector Público para el comercio exterior se establece primeramente en la Carta Magna en su artículo 131, párrafo 29, por los decretos, reglamentos, acuerdos y circulares, además de los tratados, convenios y acuerdos internacionales celebrados en México.

Y de ahí que las Secretarías de Estado tengan una participación dinámica en las actividades de comercio exterior.

El organismo coordinador de dichas actividades es el Instituto Mexicano de Comercio Exterior (I.M.C.E.), cuyo Consejo de Administración está formado por las Secretarías de: Industria y Comercio, Relaciones Exteriores, Hacienda y Crédito Público, Agricultura y Ganadería, Comunicaciones y Transportes, Marina y Patrimonio Nacional, según la Ley de creación del mismo. De las cuales la Secretaría de Industria y Comercio tiene las siguientes atribuciones en cuanto a comercio exterior.

- 1.- Determina las mercancías que deben quedar sujetas a permisos de importación y exportación.
- 2.- Fomenta el comercio exterior en forma coordinada con la Secretaría de Relaciones Exteriores.
- 3.- Interviene como organismo estatal en la exportación de origen nacional.
- 4.- Asimismo, en coordinación con la Secretaría de Hacienda y Crédito Público elabora o modifica los aranceles.
- 5.- Se encarga también de los trámites necesarios para la importación o exportación y certificados de origen.
- 6.- Participa, organiza y patrocina exposiciones, ferias y congresos de carácter comercial.
- 7.- Asesora además, a los fabricantes sobre los métodos y técnicas más convenientes para el acondicionamiento de su producto, por medio

del Instituto Mexicano de Envases y Embalaje

- 8.- Protege y fomenta las industrias nacionales.
- 9.- Interviene en las operaciones de compra-venta, cuando los productos nacionales, las realicen directamente.
- 10.- Lleva el control del comercio exterior en los términos que señalan los ordenamientos vigentes; así como por los tratados y convenios internacionales sobre todo en lo que se refiere a:
 - a) Intercambio comercial
 - b) Estudio de la situación política económica en el área de comercio exterior de nuestro país
- 11.- Promueve económicamente las zonas y perímetros libres en coordinación con la Dirección General de Industrias.
- 12.- Estudia el establecimiento o supresión de controles a la importación o exportación, en términos legales.

SECRETARÍA DE RELACIONES EXTERIORES

Esta Dependencia desempeña las siguientes funciones en materia de Comercio Exterior:

- 1.- Distribuye entre las demás dependencias centralizadas los informes sobre comercio enviados por las oficinas del servicio exterior.
- 2.- Interviene en la tramitación de permisos de importación de armas, explosivos, etc., y de estupefacientes y narcóticos.
- 3.- Negocia y pone en práctica convenios y acuerdos de cooperación en materia de intercambio científico y técnico, así como preparar la participación de México en conferencias, misiones especiales o en trabajos de organismos internacionales donde se traten estos temas.
- 4.- Colabora en la promoción del comercio exterior a través de las representaciones de México en otros países.
- 5.- Investiga la posibilidad de que México exporte sus productos.
- 6.- Tramita visas y franquicias de importación o exportación en favor de funcionarios y expertos internacionales.

SECRETARIA DE HACIENDA Y CREDITO PUBLICO

Corresponde a esta Secretaría en cuanto a comercio exterior:

- 1.- Formular los proyectos de leyes y disposiciones impositivas en el ramo aduanal.
- 2.- Administra, coordina y controla los impuestos, derechos y aprovechamientos aduaneros que se establezcan en las leyes.
- 3.- Dirigir y verificar el cumplimiento de las disposiciones aduaneras mediante inspecciones, visitas y reconocimientos de existencia en almacenes.
- 4.- Intervenir en asuntos fiscales en los cuales se viole alguna disposición legal en ocasión de una operación de comercio exterior.
- 5.- Instrumentar y ejecutar la política hacendaria.
- 6.- Realizar promoción de incentivos arancelarios.

SECRETARIA DE AGRICULTURA Y GANADERIA

Tiene las siguientes atribuciones en relación con el comercio exterior:

- 1.- Promueve y estudia el mercado internacional con el fin de incrementar la exportación de productos agropecuarios y forestales.
- 2.- Representa a la Secretaría ante organismos internacionales, congresos, reuniones, grupos de trabajo en los que se traten asuntos relacionados con la importación y exportación de productos agropecuarios y forestales.
- 3.- Expide permisos de importación y exportación, así como registros y certificados para controlar, seleccionar y certificar la producción de semillas para siembras.
- 4.- Emite su opinión para otorgar permisos de importación o exportación de productos agropecuarios, forestales, parasiticidas y de maquinaria utilizada para su aplicación.
- 5.- Calcula sobre bases estadísticas las demandas de materias primas de origen agropecuario que requiera la industria nacional. Así como las de los productos de importación y exportación.

- 6.- Autoriza la importación y exportación de ganado y sus derivados.
- 7.- Tramita las solicitudes de importación y exportación de productos forestales, maderables y no maderables.

SECRETARIA DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES

Esta dependencia, en relación al comercio exterior, se encarga de:

- 1.- El estudio y trámite de los permisos y las tarifas para la ejecución de maniobras terrestres y servicios conexos en la zona federal.
- 2.- Estudia, revisa y establece las tarifas aeronáuticas, espacio ferroviarios y en general, las derivadas de la explotación de las vías generales de comunicación y servicios conexos.
- 3.- Estudia y tramita las tarifas para maniobras en zona federal en los puertos, embarcaderos, atracaderos y localidades similares, así como las tarifas de remolque, pilotaje y demás servicios conexos, supervisando los aspectos técnicos en colaboración con la Secretaría de Marina.
- 4.- Además del control, autorización y vigilancia de las líneas aéreas de carga, de los servicios de transporte terrestre y la administración de los Ferrocarriles Nacionales, así como el tráfico postal.

SECRETARIA DE MARINA

Esta dependencia gubernamental tiene las siguientes atribuciones relacionadas con el comercio exterior:

- 1.- Interviene en la organización y promoción de la Marina Mercante.
- 2.- Reglamenta a los mandos y tripulaciones mercantes, así como también concede licencias y autorizaciones a los mismos.
- 3.- Interviene y opina en el estudio y fijación de tarifas y todo lo relacionado con las comunicaciones fluviales.
- 4.- Opina sobre todas las operaciones portuarias así como de solicitudes y concesiones para la prestación de servicios portuarios.

- 5.- Se encarga de el mantenimiento de los puertos para las operaciones de carga y descarga de mercancías relacionadas con el comercio exterior.
- 6.- Lleva un registro del tráfico portuario, fluvial y lacustre del país.
- 7.- Opina sobre los proyectos de obras portuarias que realice cualquier dependencia estatal o particular y además supervisa dichas obras.

SECRETARIA DE SALUBRIDAD Y ASISTENCIA

Tiene las siguientes atribuciones en el ramo de comercio exterior:

- 1.- Inspecciona y controla higiénicamente todo lo relacionado con la importación y exportación de comestibles, bebidas y similares.
- 2.- Controla la importación y exportación de productos biológicos, excepción hecha de todos los de uso veterinario.
- 3.- Tiene el control necesario para la exportación, importación y distribución de drogas y productos medicinales; incluidos los estupefacientes y psicotrópicos con excepción de los de uso veterinario que no estén comprendidos en la Convención de Ginebra.
- 4.- Tiene el control relacionado con la importación o exportación de artículos de perfumería, belleza y similares.

SECRETARIA DE LA DEFENSA NACIONAL

Dentro del ámbito del comercio exterior, esta Secretaría de Estado, tiene las siguientes atribuciones:

- 1.- Intervenir en la importación y exportación de toda clase de armas de fuego, municiones, explosivos, agresivos químicos, artificios y material estratégico.
- 2.- Intervenir en el otorgamiento de permisos para expediciones o exploraciones científicas extranjeras o internacionales en el territorio de la República.

SECRETARIA DE TURISMO

Esta novísima Secretaría de Estado, tiene las siguientes atribuciones en el área de comercio exterior:

- 1.- Opinar ante las autoridades competentes en aquellos casos en que la inversión extranjera concorra en proyectos de desarrollo turístico o en el establecimiento de servicios turísticos.
- 2.- Tramitar la celebración de convenios con otros gobiernos organismos internacionales y empresas extranjeras, que tengan por objeto promover y facilitar el intercambio y desarrollo turístico, con intervención de la Secretaría de Relaciones Exteriores y otras dependencias competentes, en su caso.

SECRETARIA DE EDUCACION PUBLICA

Sus atribuciones en el área de comercio exterior son:

- 1.- La regulación de exportación de monumentos arqueológicos, de los - objetos históricos y artísticos y demás manifestaciones de arte - que tengan relevancia e interés nacional.

BANCO NACIONAL DE COMERCIO EXTERIOR, S. A.

Es una Institución gubernamental especializada en operaciones de Comercio Exterior y de financiamiento.

Con la creación del I.M.C.E. esta Institución se concreto a las actividades financieras, estableciendo así, nuevas normas, estrategias, agilidad y ser eficiente con los créditos. Además de todos los servicios a las diferentes áreas de la economía nacional relacionadas con el comercio exterior.

Las actividades a las que están más enfocadas son: comercialización, promoción y financiamiento.

Actividades que realiza el BANCOMEXT como: asesoría y financiamiento para la producción en general y en forma específica para la producción de bienes exportables que son una sustitución de importaciones.

- a) Apoya al sector público para la adquisición en el exterior de bienes de capital y tecnología.
- b) Opera directamente con los exportadores y productores y en calidad de organismo gubernamental especializado.
- c) Esta autorizado para participar en operaciones financieras relativas a las compras en el exterior de los organismos estatales, en el financiamiento de importaciones de carácter necesario para ampliar la capacidad productiva de las empresas paraestatales.
- d) Celebra acuerdos interbancarios con otros países, además cuenta con corresponsales bancarios en todo el mundo.

BANCO DE MEXICO, S. A.

Forma parte del Consejo de Administración del I.M.C.E., que además funciona como Banco Central y por Ley es el único responsable de manejar las reservas monetarias del país, regulación de estas y cambios sobre el exterior.

Propicia que el crédito y la liquidez del sistema establecido satisfi-

gan todos los requisitos de la política económica.

NACIONAL FINANCIERA, S. A.

Es una Institución nacional de crédito y uno de sus objetivos de esta Institución es de promover, encauzar y coordinar la inversión de capitales en la organización, transformación y fusión de toda clase de empresas industriales, dedicando sus recursos a la creación y fortalecimiento de empresas que son fundamentales para la economía nacional.

Dentro de sus actividades con el comercio exterior esta Institución genera un aliciente en este ramo, en virtud de que promueve la situación eficiente de importaciones, a la producción de bienes y servicios susceptibles de exportación. Contribuye a un mejoramiento en nuestra balanza de pagos.

Funciona como agente financiero en el sector público federal y en lo relativo a negociaciones, contactaciones y manejo de créditos del exterior, con instituciones privadas, intergubernamentales, en donde se incluye el Banco Interamericano de desarrollo y al Internacional de Reconstrucción y Fomento.

AEROPUERTOS Y SERVICIOS AUXILIARES

Es una Institución de carácter público descentralizado dentro de sus actividades con el comercio exterior coopera en el buen funcionamiento de este servicio.

Sus funciones principales son:

- a) Administrar, operar y conservar los aeropuertos en condiciones que son exigibles para su uso.
- b) Recaudación de derechos que deben pagar las líneas aéreas y usuarios en general por los servicios que se le presten.

ALMACENES GENERALES DE DEPOSITO, S. A.

En materia de comercio exterior esta institución tiene las principales funciones:

- a) Recepción de mercancías, ya sean nacionales o extranjeras de cualquier clase, siempre y cuando hayan hecho el pago correspondiente de gravámenes fiscales.
- b) Recibir productos bienes o mercancías que aun no satisfagan los tributos aduaneros que gravan a las mercancías importadas.
- c) Extender certificados de depósito o bonos de prenda con los que se acredite el depósito o almacenamiento de mercancías.

COMISION NACIONAL COORDINADORA DE PUERTOS

Es un organismo público y está encargado en la coordinación con todos los puertos mexicanos, marítimos y fluviales.

Dentro de sus principales funciones para con el comercio exterior :

- a) Mantener todas las instalaciones portuarias adecuadas y tener un -- eficiente mecanismo de operación.
- b) Manejar el transbordo de mercancías con la solvencia necesaria, que son de gran valía para el desarrollo de las exportaciones mexicanas.

El buen funcionamiento y cumpliendo sus objetivos fijados esta Comisión satisface una de las necesidades de transporte marítimo, dando así al comercio exterior su valor que amerita.

CONFEDERACION DE CAMARAS INDUSTRIALES DE LOS ESTADOS

UNIDOS MEXICANOS (CONCAMIN)

Es una institución pública, autónoma y personalidad jurídica que agrupa por Ley Las Cámaras de Comercio y de las de Industria, y a todas las Cámaras Industriales del país, así como asociaciones industriales que lo soliciten.

Dentro de sus funciones principales:

- a) Es legítimo organismo representativo en toda la industria nacional
- b) Promover políticas de fomento al comercio exterior
- c) Orientar a Cámaras y Asociaciones afiliadas sobre los hechos relevantes, en materia de comercio exterior.
- d) Promover la participación de los industriales mexicanos en ferias y misiones comerciales.
- e) Difundir las técnicas de comercio exterior, mediante seminarios, conferencias, mesas redondas y publicaciones.

FONDO DE EQUIPAMIENTO INDUSTRIAL (FONEI)

Empezó a funcionar en el año 1972 como fideicomiso de S.H.C.P., operando en el Banco de México, S.A.

El objetivo principal, es de fortalecer el dinamismo del sector externo y de la economía, mediante financiamiento a través del sistema bancario.

Funciones principales:

- a) Promueve la instalación, expansión y modernización de empresas cuya producción se destina al mercado externo, o a substituir la importación de bienes de producción o consumo básico.

- b) Introducción de importantes innovaciones en materia de financiamiento y asistencia técnica.
- c) Financiamiento para la formulación de proyectos de viabilidad técnica económica y financiera.

FONDO PARA EL FOMENTO DE LAS EXPORTACIONES DE PRODUCTOS

MANUFACTURADOS (FOMEX)

Este organismo opera como fideicomiso del Gobierno Federal con el apoyo del Banco de México, S.A.

FOMEX realiza importantes actividades relacionadas con la investigación de la capacidad exportadora del país y de los mercados internacionales.

Principales funciones financieras que realiza FOMEX:

- a) Refinanciamiento a la producción y a las existencias de artículos destinados a la exportación.
- b) Redescuento de documentos de venta a plazos en el exterior.
- c) Redescuento de documentos de sustitución de importaciones de equipo
- d) Otorgamiento de garantías a los exportadores o a las instituciones de crédito respecto a los riesgos políticos a que están expuestos - los créditos de la exportación.
- e) Compensación a los exportadores por costos elevados de aval bancario en el exterior.

FONDO DE GARANTIA Y FOMENTO PARA LA AGRICULTURA, GANADERIA

Y AVICULTURA (FIRA)

Fue creado este organismo paralelamente a la orientación selectiva y social de crédito.

La Secretaría de Hacienda y Crédito Público y Banco de México, S.A., fundaron a F.I.R.A. asignándole primordiales funciones como:

- a) Organización colectiva o de tipo cooperativo de los productores, así como su adiestramiento y capacitación.
- b) Formación de cuerpos técnicos para la programación regional y evaluación de proyectos, inspección, supervisión y la prestación de asistencia técnica.
- c) Dar financiamiento a la producción para fines de exportación o sustitución de importaciones.
- d) Apoyo a los productos alimenticios cuya producción sea más insuficiente para cubrir el consumo nacional.

FONDO DE GARANTIA Y FOMENTO A LA INDUSTRIA MEDIANA Y

PEQUEÑA (FOGAIN)

Fue creado por el Gobierno Federal; Nacional Financiera la maneja y su objetivo principal es de apoyar el desarrollo y la consolidación de la pequeña y mediana industria, por medio del crédito. Sus actividades principales son:

- a) Otorgamiento de créditos y redescuento (que es el de operar los créditos que son concedidos por las instituciones bancarias a los pequeños y medianos industriales).
- b) Labores de promoción en cuanto a los beneficios que obtienen por los créditos concedidos para que cubran sus necesidades de capital de trabajo, para mejoramiento de sus instalaciones y liquidar pasivos onerosos a corto plazo y los transforme en pasivos a largo plazo.
- c) Concede tres tipos de crédito:
 - El de avío para capital de trabajo
 - Refaccionario para inversiones de activo fijo
 - Hipotecario industrial para pago de pasivos

Los pequeños y medianos industriales tienen la solución en el aspecto financiero, para el desarrollo de sus empresas y dar un buen número de productos tanto al comercio interior como internacional.

CONFEDERACION DE CAMARAS NACIONALES DE COMERCIO

(CONCANACO)

Esta Institución pública, autónoma y con personalidad física propia, - constituye la Institución central y representativa del comercio organizado en to do el país, su comité ejecutivo cuenta con una sección especializada en comercio exterior, la cual tiene contacto con todas las Cámaras de Comercio que existen - en el mundo.

Esta Cámara realiza diferentes actividades como:

- a) Controla y publica ofertas y demandas por medio de cartas y circula res.
- b) Realiza diferentes trámites en las dependencias gubernamentales, a través de su Departamento de Comercio Exterior.
- c) Representa y defiende los intereses del Comercio
- d) Organiza ferias internacionales de acuerdo con la S.I.C. fomentando los artículos nacionales por medio de la exportación.
- e) Constituye un órgano de consulta del Estado para la satisfacción de las necesidades del comercio.

CAMARA NACIONAL DE LA INDUSTRIA DE LA TRANSFORMACION

(CANACINTRA)

Esta Cámara agrupa a toda la industria de transformación del país, que no está representada por camaras industriales de carácter específico, esto es, - por cámaras que agrupan a industriales de una sola rama. Está afiliada a la - Confederación de Cámaras Industriales, ubicada en la Ciudad de México.

Dentro de sus objetivos más importantes tenemos:

- a) Proporciona orientación y fortalecimiento al empresario de esta industria, en las exportaciones y en la sustitución de importaciones.
- b) Proporciona asesoría directa a sus asociados en los distintos aspectos relacionados con el comercio exterior, como investigación de mercados para sus productos y promoción de artículos manufacturados en el exterior.
- c) Representa y defiende los intereses de la industria de transformación, y ser órgano de consulta del Estado

Estos puntos más importantes los realiza por medio de su Departamento de Comercio Exterior, además prepara las representaciones de esta Cámara ante las distintas reuniones sectoriales que, anualmente se realizan en el seno de la A.L.A.L.C.

CONSEJO EMPRESARIAL MEXICANO PARA ASUNTOS INTERNACIONALES

(CEMAI)

Este Consejo tiene por objetivo tratar todo lo relacionado con asuntos comerciales e industriales a nivel internacional, en beneficio de todas las empresas afiliadas.

El CEMAI mantiene relaciones con diversos organismos internacionales, al amparo de la gestión de estos comités, los empresarios del país realizan operaciones de importación y exportación; negociaciones de distribución, comisión y consignación, transacciones financieras, promociones turísticas de transportes y de servicios, operaciones de ingeniería y proyectos de estudios de pre-inversión y de mercados.

CONSEJO NACIONAL DE CIENCIA Y TECNOLOGIA

Las principales funciones que realiza este Consejo :

- a) Fungir como asesor del Gobierno Federal en la planeación, programación, coordinación, orientación, sistematización y promoción, además del encauzamiento de actividades que guarden relación con la ciencia y la tecnología.
- b) Es un órgano de consulta para todas las Dependencias del Ejecutivo Federal, organismos descentralizados y empresas de participación estatal en cuestión con autorizaciones e inversiones de recursos para la realización de proyectos de investigación científica, tecnológica, importación y tecnología, pago de regalías, patentes, normas, control de calidad y otros.
- c) Asesora a la Secretaría de Relaciones Exteriores en la celebración de convenios internacionales sobre ciencia y tecnología e interviene en el cumplimiento de los mismos.
- d) Gestiona ante las autoridades la expedición internacional al país de investigadores y profesores extranjeros que sean invitados por personas físicas o morales y tener conocimiento de la investigación realizada por dichos extranjeros en México.
- e) Intervenir ante las autoridades para hacer ágil y oportuna la importación de todos los elementos de trabajo y apoyo que requiera la investigación científica y tecnológica, justificando que las importaciones se ajusten a las necesidades del país.

ASOCIACION NACIONAL DE IMPORTADORES Y EXPORTADORES DE LA
 REPUBLICA MEXICANA (ANIERM)

Constituye la Institución central y representativa del comercio organizado en el país. Sus principales funciones de esta Asociación:

- a) Representa los intereses del comercio.
- b) Ser órgano de consulta del Estado para la satisfacción de las necesidades del comercio.
- c) Fomentar la exportación de artículos nacionales, mediante la organización de congresos y asambleas sobre comercio exterior, asimismo participa en ferias, exposiciones y misiones comerciales de otros países.
- d) Asesoría en materia de reducción de impuestos sobre ventas al exterior, obtención de reducciones en las tarifas de transporte, exención de impuestos contempladas por la Ley de fomento de industrias nuevas y necesarias.

- e) Servicios de trámites de permisos de importación, obtención de incentivos fiscales a la exportación, información de comercio exterior por medio de boletines informativos semanales.

Siendo muy extensa la relación de Organismos Privados que intervienen - el comercio exterior, listaremos los que en el transcurso de este capítulo no mencionamos:

- 1.- Asociación de Ferias y Exposiciones Mexicanas, A.C. (AFEM)
- 2.- Asociación de Industriales del Estado de México (AIEM)
- 3.- Asociación de Industriales de Vallejo. (AIVAC)
- 4.- Consorcios y Empresas de Comercio Exterior
- 5.- Instituciones de Crédito y Seguros
- 6.- Fondos de Fomento
- 7.- Compañía Mexicana de Seguros de Crédito, S.A. (COMESSEC)
- 8.- Asociación de Banqueros de México, A. C.
- 9.- Asociación Mexicana de Instituciones de Seguros, A.C.
- 10.- Confederación de Asociaciones de Agentes Aduanales de la República Mexicana (CAAARM)
- 11.- Asociación de Importadores y Exportadores y Navieros Nacionales de Altura, A.C.

LEY QUE CREA AL INSTITUTO MEXICANO DE COMERCIO EXTERIOR

LEY QUE CREA AL INSTITUTO MEXICANO DE COMERCIO EXTERIOR

LEY QUE CREA EL INSTITUTO MEXICANO DE COMERCIO EXTERIOR

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

LUIS ECHEVERRIA ALVAREZ, Presidente Constitucional de los Estados Unidos Mexicanos, a sus habitantes, sabed:

Que el H. Congreso de la Unión se ha servido dirigirme el siguiente

DECRETO:

"El Congreso de los Estados Unidos Mexicanos, decreta:

LEY QUE CREA EL INSTITUTO MEXICANO DE COMERCIO EXTERIOR

LEY QUE CREA EL INSTITUTO MEXICANO DE COMERCIO EXTERIOR

CAPITULO I

Organización y Atribuciones

ARTICULO 1° .- Se crea un organismo descentralizado con personalidad jurídica y patrimonio propios que se denominará "Instituto Mexicano de Comercio Exterior" con el fin de promover el comercio exterior del país, coordinar los esfuerzos -- tendientes a estimularlo y fungir como órgano asesor en esta materia.

El Instituto se coordinará con la Secretaría de Relaciones Exteriores en las funciones que a ésta compete realizar en el plano internacional.

ARTICULO 2° .- El Instituto Mexicano de Comercio Exterior tendrá las siguientes atribuciones:

- I. Fomentar el comercio exterior del país, en todos sus aspectos;
- II. Estudiar y proyectar políticas, planes y programas en materia de comercio exterior, y someterlos a la consideración del Presidente de la República, a través del Secretario de Industria y Comercio;
- III. Ser el instrumento de coordinación de las actividades de los sectores público y privado que participan en el comercio exterior. Para este efecto coordinará sus propias actividades con las Secretarías y Departamentos de Estado, organismos descentralizados y empresas de participación estatal;
- IV. Fungir como órgano de consulta en materia de comercio exterior;
- V. Estudiar los factores que incidan en el comercio exterior de la Nación;
- VI. Promover la asociación de productores, comerciantes, distribuidores y exportadores, a fin de estimular y promover el incremento del comercio exterior;
- VII. Realizar investigaciones para identificar, cualificar y cuantificar, los productos y servicios nacionales que puedan tener demanda en el exterior;
- VIII. Sugerir el establecimiento de industrias y otras actividades que tengan - como fin específico la producción de artículos destinados a la exportación;

- IX. Realizar una labor permanente de difusión en el mercado internacional de los productos nacionales para crear, extender e intensificar su demanda en las mejores condiciones;
- X. Colaborar con la Secretaría de Industria y Comercio en la fijación de las normas de calidad de los productos destinados a la exportación, y en la vigilancia de su debido cumplimiento, de acuerdo con el reglamento y disposiciones que se expidan al efecto;
- XI. Informar a los productores, comerciantes, distribuidores y exportadores del país, de las posibilidades que ofrezca el mercado internacional y sobre licitaciones internacionales;
- XII. Auxiliar a los productores, comerciantes, distribuidores y exportadores, en la colocación de artículos y prestación de servicios en el mercado internacional;
- XIII. Proporcionar a los exportadores la asesoría técnica que requieran, - incluyendo orientaciones en materia de diseño industrial, empaque y embalaje, así como en el registro de patentes y marcas internacionales, etc;
- XIV. Emitir las opiniones que le soliciten las diversas dependencias del Ejecutivo Federal sobre las siguientes materias:
- a) Aranceles,
 - b) Controles de exportación e importación,
 - c) Estímulos fiscales,
 - d) Crédito al comercio exterior, y
 - e) En general sobre todas aquellas cuestiones relacionadas con el comercio exterior.
- XV. Orientar y ayudar a los interesados, cuando éstos lo soliciten, en los trámites relacionados con el comercio exterior, ante las Secretarías de Estado, organismos descentralizados y empresas de participación estatal;
- XVI. Informar a las dependencias o entidades correspondientes respecto a la existencia de excedentes en el mercado interno y sus posibilidades de colocación en el mercado exterior;
- XVII. Promover la exportación de artículos artesanales;
- XVIII. Impulsar la exportación de productos semimanufacturados y manufacturados;
- XIX. Organizar la participación del país en ferias y exposiciones comerciales que se realicen en otras naciones;
- XX. Organizar y dirigir en el exterior, temporal o permanentemente, ferias y exposiciones comerciales de productos nacionales, así como establecer o autorizar centros de exhibición de artículos exportables;
- XXI. Organizar y participar en misiones comerciales ante otros países.
- XXII. Promover la visita de misiones comerciales extranjeras, auxiliarlas en la programación de sus actividades y atenderlas durante su estancia en el país;
- XXIII. Establecer representaciones en el exterior, en los casos en que esta medida se justifique;

- XXIV. Solicitar la colaboración de las Secretarías y Departamentos de Estado, organismos descentralizados y empresas de participación estatal, en otros países, respecto de asuntos relacionados con el comercio exterior;
- XXV. Solicitar la colaboración de las Secretarías o Departamentos de Estado, organismos descentralizados y empresas de participación estatal, que tengan representaciones en otros países, cuando el Instituto Mexicano de Comercio Exterior no tenga delegaciones en ellos;
- XXVI. Tener representantes, cuando esto sea posible y conveniente, en organismos internacionales de comercio exterior, los que deberán ser debidamente acreditados por la Secretaría de Relaciones Exteriores;
- XXVII. Opinar, a solicitud que le formule la Secretaría de Relaciones Exteriores, sobre tratados que el país proyecte celebrar con otras naciones, en materia de comercio exterior;
- XXVIII. Proponer a la Secretaría de Relaciones Exteriores la celebración de tratados comerciales con otros países;
- XXIX. Examinar las políticas adoptadas por otras naciones que afecten el comercio exterior de México, y proponer a las Secretarías y Departamentos de Estado correspondientes las soluciones que se consideren pertinentes;
- XXX. Mantener un servicio de difusión relacionado con el comercio exterior;
- XXXI. Propiciar el establecimiento de centros de capacitación en materia de comercio exterior;
- XXXII. Organizar seminarios, simposios y conferencias relacionadas con el comercio exterior;
- XXXIII. Promover ante las autoridades competentes la formulación de iniciativas de leyes, y la expedición de reglamentos, o bien la reforma de ellos, cuando sea conveniente para el comercio exterior;
- XXXIV. Sugerir a las autoridades competentes la inclusión o exclusión de los productos que deban quedar sujetos al cobro de tasas por concepto de intercambio compensado, o para modificar éstos en los casos procedentes;
- XXXV. Cuidar el prestigio del comercio exterior del país, coordinándose para este efecto con las Secretarías y Departamentos de Estado, organismos descentralizados y empresas de participación estatal;
- XXXVI. Estudiar y resolver las solicitudes de importación o compra en el país de productos de procedencia extranjera que formulen las Secretarías y Departamentos de Estado, organismos descentralizados y empresas de participación estatal;
- XXXVII. Cuando se le solicite, actuar como conciliador y árbitro en las controversias en que intervienen importadores y exportadores con domicilio en la República Mexicana.
- XXXVIII. Mantenerse informado de la política que observen otros países en materia de transporte de mercancías.
- XXXIX. Llevar un registro de los fletes marítimos, nacionales y extranjeros, de los volúmenes de mercancías transportadas al exterior, y proponer una política de coordinación en esta materia a efecto de coadyuvar -

al desarrollo de la marina mercante del país;

- XL. Formular y mantener actualizado el Registro Nacional de Importadores y Exportadores.
- XLI. Expedir su Reglamento Interior;
- XLII. Las demás que le confieran esta ley, otras y sus reglamentos respectivos.

ARTICULO 3°.- El Instituto Mexicano de Comercio Exterior tendrá los siguientes órganos:

- I. El Consejo de Administración;
- II. La Comisión Ejecutiva, y
- III. La Dirección General.

ARTICULO 4°.- El patrimonio del Instituto Mexicano de Comercio Exterior se integrará con:

- I. Los bienes que el Gobierno Federal le aporte;
- II. Los bienes que adquiera por cualquier título;
- III. Los ingresos que perciba por los servicios que proporcione;
- IV. Los ingresos que integren el Fondo para la Promoción de las Exportaciones Mexicanas;
- V. Los subsidios que le otorgue la Federación;
- VI. Las asignaciones que le fije el Gobierno Federal;
- VII. Las aportaciones voluntarias que reciba de las asociaciones de productores, comerciantes, distribuidores y exportadores.

CAPITULO II

Consejo de Administración

ARTICULO 5°.- El Consejo de Administración estará integrado por un representante de cada una de las siguientes Secretarías de Estado: Industria y Comercio, Relaciones Exteriores, Hacienda y Crédito Público, Agricultura y Ganadería, Comuni-

caciones y Transporte, Marina y Patrimonio Nacional; y por un representante de cada una de las siguientes Instituciones: Banco Nacional de Comercio Exterior, Banco de México, Confederación de Cámaras Industriales, Confederación de Cámaras Nacionales de Comercio, Cámara Nacional de la Industria de Transformación, Asociación Nacional de Importadores y Exportadores de la República Mexicana.

ARTICULO 6° .- El Consejo de Administración tendrá un Presidente y un Vicepresidente. El primero será el titular de la Secretaría de Industria y Comercio, y el segundo el de la Secretaría de Relaciones Exteriores.

ARTICULO 7°.- Las Secretarías de Estado e instituciones a que se refiere el artículo 5° de esta ley, estarán representadas por su titular y designarán un suplente por cada uno de los integrantes del Consejo de Administración del Instituto Mexicano de Comercio Exterior.

Tratándose de Secretarías, los suplentes serán los Subsecretarios; y en el caso de Instituciones, quienes ocupan el cargo inmediato inferior al del titular.

ARTICULO 8°.- El Consejo de Administración tendrá las siguientes atribuciones:

- I. Disponer y promover todo lo necesario para el cumplimiento de las atribuciones a que se refiere el artículo 2°;
- II. Revisar los proyectos de políticas, planes y programas en materia de comercio exterior que deban someterse al Presidente de la República;
- III. Estudiar, y en su caso aprobar, el programa de administración del Instituto;
- IV. Estudiar, y en su caso aprobar, los presupuestos de ingresos y egresos;
- V. Vigilar el ejercicio de los presupuestos a que se refiere la fracción anterior;
- VI. Examinar, y en su caso aprobar, el balance anual y los informes financieros del organismo debidamente auditados;
- VII. Revisar, y en su caso aprobar, los proyectos de tarifas para el cobro de los servicios que preste el Instituto;
- VIII. Designar o remover al Director General, Subdirectores, gerentes, y a los representantes del organismo en el exterior;
- IX. Expedir el Reglamento Interior que rijan el funcionamiento del Instituto;
- X. Las demás que le señalen las leyes, reglamentos y disposiciones administrativas.

ARTICULO 9° .- El Consejo de Administración celebrará sesiones por lo menos una vez cada mes. Para que se considere legalmente instalada una sesión se requiere la presencia de la mayoría de los miembros y del Presidente o del Vicepresidente.

ARTICULO 10.- El Presidente del Consejo de Administración designará un Secretario que se encargará del trámite de los acuerdos y de levantar las actas de las sesiones del Consejo y de sus comisiones.

CAPITULO III

Comisión Ejecutiva

ARTICULO 11.- La Comisión Ejecutiva será el órgano encargado de vigilar el cumplimiento y ejecución de los acuerdos del Consejo de Administración. La mencionada Comisión estará integrada por los Secretarios de Relaciones Exteriores, Industria y Comercio, Hacienda y Crédito Público y Agricultura y Ganadería o por los representantes que los mismos designen.

CAPITULO IV

Dirección General

ARTICULO 12.- Estará a cargo de un Director General, quien será nombrado y removido por el Consejo de Administración.

ARTICULO 13.- El Director General tendrá las siguientes atribuciones:

- I. Estudiar y proyectar planes y programas en materia de comercio exterior, y someterlos al Consejo de Administración;

- II. Aplicar los planes y programas a que se refiere la fracción anterior y que hubiera sido aprobados por el Consejo de Administración y, en su caso, por el Presidente de la República en la esfera de competencia del Instituto;
- III. Ejecutar el programa de Administración que apruebe el Consejo y dirigir las actividades administrativas y técnicas del Instituto;
- IV. Formular los proyectos de presupuestos de ingresos y egresos correspondientes, y someterlos al Consejo de Administración;
- V. Ejercer los presupuestos anuales de ingresos y egresos;
- VI. Nombrar al personal técnico y administrativo que sea necesario, salvo las designaciones que corresponda hacer al Consejo de Administración;
- VII. Rendir mensualmente al Consejo de Administración un informe de las actividades del Instituto correspondientes al mes anterior, y anualmente uno de carácter general que se acompañará de un Balance y de los demás estados financieros que procedan debidamente auditados;
- VIII. Concurrir a las sesiones del Consejo y cumplir sus disposiciones y acuerdos;
- IX. Celebrar todos los actos de dominio y de administración necesarios para el funcionamiento del organismo ajustándose a los lineamientos que al respecto le fije el Consejo de Administración y cumpliendo los requisitos que establecen las leyes en vigor;
- X. Representar al Instituto como mandatario general para pleitos y cobranzas, con todas las facultades generales y las que requieran cláusula especial conforme a la ley, pudiendo parcialmente, sustituir o delegar este mandato en uno o más apoderados;
- XI. Las que expresamente le encomiende el Consejo de Administración; y
- XII. Las demás que le señalen las leyes, reglamentos y disposiciones administrativas.

ARTICULO 14.- El personal del Instituto Mexicano de Comercio Exterior quedará sujeto a la Ley Federal de los Trabajadores al Servicio del Estado, Reglamentaria del Apartado B) del artículo 123 de la Constitución.

ARTICULO 15.- Las dependencias del Ejecutivo Federal proporcionarán al Instituto los informes y datos necesarios para el ejercicio de sus atribuciones.

ARTICULO 16.- Para integrar su personal técnico, el organismo deberá mantener relaciones con las universidades o centros de educación superior, a efecto de que éstos le propongan egresados que se hubieran especializado en materia de comercio exterior.

ARTICULO 17.- Las personas físicas o morales que realicen habitualmente operaciones de comercio exterior, están obligadas a presentar en el Registro Nacional de Exportadores e Importadores del Instituto una solicitud para obtener su inscripción y cédula correspondiente.

ARTICULO 18.- El domicilio del Instituto Mexicano de Comercio Exterior será el Distrito Federal, y los Tribunales Federales serán competentes para conocer y resolver todas las controversias en que sea parte.

TRANSITORIOS

ARTICULO PRIMERO. La presente ley entrará en vigor sesenta días después de su publicación en el "Diario Oficial" de la Federación.

ARTICULO SEGUNDO. Se derogan las disposiciones legales o reglamentarias que en cualquier forma se opongan a las de la presente ley.

ARTICULO TERCERO. Entre tanto no se publique el reglamento del Registro Nacional de Exportadores e Importadores, continuarán aplicándose las disposiciones respectivas de la ley de treinta y uno de diciembre de mil novecientos cincuenta y seis que creó la Comisión para la Protección del Comercio Exterior de México.

ARTICULO CUARTO. Las Secretarías de Hacienda y Crédito Público, Industria y Comercio, del Patrimonio Nacional, de Relaciones Exteriores, así como el Banco de México y el Banco Nacional de Comercio Exterior, tomarán conjuntamente las medidas necesarias para que el Instituto Mexicano de Comercio Exterior se constituya dentro del plazo que señala el Artículo Primero transitorio de esta ley, y para que, dentro del mismo término, se le haga entrega formal e inventariada de los bienes muebles e inmuebles que inicialmente constituyan su patrimonio.

ARTICULO QUINTO El Instituto asumirá las funciones atribuidas a las siguientes entidades:

Consejo Nacional de Comercio Exterior, Comité Coordinador de la Promoción del Co

Comercio Exterior; Centro Nacional de Información sobre Comercio Exterior; Comité de Importaciones del Sector Público; Comisión Nacional de Fletes Marítimos; - Comisión para la Protección del Comercio Exterior de México, y Departamento de Intercambio Compensado del Banco Nacional de Comercio Exterior, S.A.

En tanto no se expidan las reglamentaciones relativas al ejercicio de estas funciones, quedan vigentes las disposiciones que regulan el funcionamiento de las entidades mencionadas en el párrafo anterior en cuanto no se opongan a las disposiciones de esta ley.

ARTICULO SEXTO. Como consecuencia de lo dispuesto en el artículo anterior, las entidades a que el mismo se refiere, pasarán a formar parte del Instituto.

México D.F., a 29 de diciembre de 1970. José Rivas Guzmán, D.P. José Rivera Pérez Campos, S.P. Cuauhtémoc Santa Ana, D.S. Carlos Pérez Cámara, S.S. Rúbricas."

En cumplimiento de lo dispuesto por la fracción I del artículo 89 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos y para su debida publicación y observancia, expido el presente Decreto en la residencia del Poder Ejecutivo Federal, en la ciudad de México, Distrito Federal, a los veintinueve días del mes de diciembre de mil novecientos setenta. Luis Echeverría Alavarez. Rúbrica. El Secretario de Hacienda y Crédito Público, Hugo B. Margáin. Rúbrica. El Secretario de Relaciones Exteriores, Emilio O. Rabasa. Rúbrica. El Secretario de Industria y Comercio, Carlos Torres Manzo. Rúbrica. El Secretario de Agricultura y Ganadería, Manuel Bernardo Aguirre. Rúbrica. El Secretario de Marina, Luis M. Bravo - Carrera. Rúbrica. El Secretario de Comunicaciones y Transportes, Eugenio Méndez - Docurro, Rúbrica. El Secretario del Patrimonio Nacional, Horacio Flores de la Peña. Rúbrica. El Secretario de Gobernación, Mario Moya Palencia, Rúbrica.

Este ordenamiento fue publicado en el "Diario Oficial" de la Federación el jueves 31 de diciembre de 1970.

CUESTIONARIO TIPO APLICADO EN LA INVESTIGACION DE CAMPO

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO

FACULTAD DE CONTADURIA Y ADMINISTRACION

"INVESTIGACION SOBRE LA PROMOCION DEL COMERCIO EXTERIOR EN MEXICO"

SECTOR: PUBLICO _____ PRIVADO _____

RAZON SOCIAL: _____

DEPARTAMENTO: _____

DOMICILIO: _____

INFORMACION PROPORCIONADA POR: _____

(NOMBRE Y

PUESTO)

REALIZO

1.- ¿Cómo se entero de los servicios que presta el I.M.C.E.?

_____ Prensa _____ Televisión _____ OTROS
_____ Folletos _____ Radio _____ Explique

2.- ¿Ustedes recurrieron al I.M.C.E. o viceversa?

3.- ¿Qué tipo de asesoría recibió por parte del I.M.C.E.?

4.- ¿Usted considera que la asesoría que recibió fue la adecuada?

5.- ¿Cree usted que mejoró su empresa con los servicios que le presto el I.M.C.E.?

6.- ¿Encontró el apoyo necesario para sus productos, al tener los servicios del I.M.C.E.?

Sí _____ No _____

7.- ¿Diga si se presentaron problemas con el I.M.C.E. durante su asesoría?

Sí _____ No _____

8.- ¿Qué tipo de problemas?

9.- ¿Durante qué tiempo recibió el asesoramiento?

10.- ¿Cree usted que elabora productos de calidad, requerida en el mercado internacional?

Sí _____

No _____

11.- ¿La elaboración de los productos de exportación, estaban bajo la dirección del I.M.C.E.?

Sí _____

No _____

12.- ¿El I.M.C.E. le proporcionó la información adecuada?

Sí _____

No _____

13.- ¿Qué tipo de información recibió?

14.- ¿Considera usted que el personal que lo asesoró está bien capacitado?

15.- ¿Se les proporcionó un curso o era esporádico el asesoramiento?

16.- ¿Cuál fue el motivo por lo que se dejó de utilizar los servicios del I.M.C.E.?

17.- ¿Al dejar los servicios del I.M.C.E. la empresa tuvo variantes?

¿Cuáles Fueron?

18.- ¿Considera conveniente volver a consultar los servicios del I.M.C.E.?

19.- ¿Pertenece a alguna Cámara o Asociación de comerciantes?

Sí _____ No _____

20.- ¿A cuál?

21.- ¿En relación a la promoción de sus productos en el mercado internacional, - usted sólo utiliza los servicios de:

_____ La cámara a la que pertenece

_____ Del I.M.C.E. únicamente

_____ Ambos

22.- ¿Qué tipo de tecnología emplean para la fabricación de sus productos?

_____ Tecnología Extranjera

_____ Tecnología Nacional (propia)

_____ Ambas

23.- ¿El I.M.C.E. le ha asesorado en la aplicación y/o desarrollo de la tecnología que está empleando?

Sí _____ No _____

¿Por qué? _____

BIBLIOGRAFIA

- 1.- "HECHOS, CIFRAS, TENDENCIAS"
Bancomext
México 1976
- 2.- "ASPECTOS JURIDICOS DEL COMERCIO EXTERIOR DE MEXICO"
Wilker, Jorge y Leonel Péreznieto
BMCESA - 1976
- 3.- "DESEQUILIBRIO Y DEPENDENCIA : EL COMERCIO EXTERIOR DE MEXICO"
Navarrete, Jorge E.
Comercio Exterior 25(12) : 1343-1351 - 1975
- 4.- "ACTIVIDADES DEL BANCOMEXT 1971-1975"
Alcalá Quintero, Fco.
Comercio Exterior 26(8) : 59-63 - 1976
- 5.- "V INFORME DE ACTIVIDADES DEL INSTITUTO MEXICANO DE COMERCIO EXTERIOR"
I.M.C.E.
Comercio Exterior 26(3) : 287-290 - 1976
- 6.- "PROMOCION FISCAL, POLITICA ARANCELARIA Y RELACIONES ECONOMICAS INTERNACIONALES"
Gutiérrez Salas, Carlos
Comercio Exterior 26(8) : 26-28 - 1976
- 7.- "INSTITUTO MEXICANO DE COMERCIO EXTERIOR"
Faesler Julio
Comercio Exterior 26(7) : 47-50 - 1976
- 8.- "EL NACIMIENTO DEL I.M.C.E."
Vol. de la Colección: Selección y Documentos sobre el I.M.C.E. - 1970
- 9.- "LAS TAREAS DEL BANCO NACIONAL DE COMERCIO EXTERIOR"
Alcántara, Quintero Fco. C.P.
Comercio Exterior 20(12) : 998-999 - 1970
- 10.- "MECANISMOS DE PROMOCION A LAS EXPORTACIONES EN MEXICO Y OTROS PAISES"
Comercio Exterior 21(12) : 1152 - 1971
- 11.- "LAS NUEVAS TARIFAS DE LOS IMPUESTOS GENERALES DE IMPORTACION Y EXPORTACION DE MEXICO"
Bravo Aguilera, Luis
Comercio Exterior 25(3) : 287
- 12.- "AUDITORIA ADMINISTRATIVA DE ALGUNAS AREAS DE LA FACULTAD DE CONTADURIA Y ADMINISTRACION"
UNAM. Tomo I 1974

- 13.- "LA AUDITORIA ADMINISTRATIVA"
José Antonio Fernández Arena
Editorial Diana - 1973
- 14.- "ELEMENTOS DE METODO ESTADISTICO"
Andrés García Pérez
Textos Universitarios UNAM - 1972
- 15.- "ESTADISTICA PARA ECONOMISTAS Y ADMINISTRADORES DE EMPRESAS"
Stephen P. Shao
Herrero Hermanos, Sucs., S.A. - 1972
- 16.- "AUDITORIA ADMINISTRATIVA"
Williams P. Leonard.
- 17.- "PERFIL ECONOMICO INTERNACIONAL"
Area de Promoción de Negocios
y División Internacional (6) 1977
- 18.- "ANUARIOS DEL COMERCIO EXTERIOR DE MEXICO"
Banco de Comercio Exterior años 1972, 1973 y 1976.
- 19.- "CODIGO ADUANERO"
Volumen 1, 2 y 3
- 20.- "SISTEMA ACTUAL DE EXPORTACIONES E IMPORTACIONES"
Agropecuarias y Forestales 1976.
Edit. S.A. y G.
- 21.- "COMERCIO EXTERIOR"
Banco Nacional de Comercio Exterior, S.A.
27(2); 25(7); 1972 y 1975
- 22.- "REVISTA MEXICANA DE FINANZAS"
Horizontes Financieros.
Cormor, S.A. 5(VI) 1976
- 23.- "POLITICAS DE DESARROLLO INDUSTRIAL, COMERCIAL Y PESQUERO EN MEXICO 1971-1976"
BMCESA 26(7). 1976
- 24.- "COMERCIO EXTERIOR"
BMCESA. 25(12) - 1975
- 25.- "REVISTA EXPANSION"
9(231) - 1977