

872702



UNIVERSIDAD "DON VASCO", A. C. 17
INCORPORACION No. 8727-02 A LA 20j
Universidad Nacional Autónoma de México

Escuela de Administración y Contaduría

"Propuesta de un Programa de Exportación a Países de Centro y Sudamérica, para una Pequeña Empresa Comercializadora de Accesorios Musicales, ubicada en la Ciudad de Uruapan, Michoacán."

SEMINARIO DE INVESTIGACION

QUE PARA OBTENER EL TITULO DE:

LICENCIADO EN ADMINISTRACION

PRESENTA:

Angélica Zalapa Castañeda

ASESOR:

L. A. E. Rosa Elena Núñez Escamilla

292439

URUAPAN, MICHOACAN, 1999.

1999



UNIVERSIDAD "DON VASCO", A. C.

TESIS CON FALLA DE ORIGEN



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

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

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

INDICE

	Páginas
INTRODUCCION	1
CAPITULO 1.- "PANORAMA DE LA EMPRESA EXPORTADORA EN LA REGION DE URUAPAN, MICHOACAN."	
1.1. Nivel de desarrollo de exportaciones en la Región de Uruapan, Michoacán	3
1.2. Mercados	4
1.3. Empresa Elegida	5
1.3.1. Antecedentes	5
1.3.2. Medio ambiente de la empresa	7
1.3.3. Estructura de la empresa	9
Anexo 1.- Organigrama Actual de la empresa	12
Anexo 2.- Mapa de la distribución de las diferentes rutas que cubre la empresa con sus productos.	13
CAPITULO 2.- "AMBITO DE LAS EXPORTACIONES EN MEXICO Y SUS TRATADOS INTERNACIONALES DE COMERCIO".	
2.1. ¿Qué es exportar?	14
2.2. Tipos de Exportación	14
2.2.1. Directa	15
2.2.2. Indirecta	16
2.3. Elementos Generales de exportación	17
2.3.1. Producto que ofrecer	17
2.3.2. Selección del mercado	18
2.3.3. Conocer el mercado seleccionado	18
2.3.4. Posibilidades de venta en el mercado de destino	19
2.3.5. Modalidades de pago y divisas utilizadas en el país de destino	20
2.3.6. Distribución del producto	20
2.4. Tratados de Comercio	20
A) Tratado de Libre Comercio de América del Norte	20
B) Tratado de Libre Comercio de México, Colombia y Venezuela	23
C) Tratado de Libre Comercio México-Costa Rica	26
D) Tratado Comercial México-Chile	27
E) Tratado de Comercio México-Bolivia	28

F) La Ronda de Uruguay	31
G) El Gatt	32
H) Organización Mundial de Comercio	33
I) Asociación Latinoamericana de Integración	34
J) <i>Acuerdos de México con otros países de la ALADI</i>	35
K) Sistema Generalizado de Preferencias Arancelarias	38
2.5. Situación Actual del Comercio Exterior de México	39
2.5.1. Exportaciones Agropecuarias	39
2.5.2. Exportaciones del Sector Extractivo No Petrolero	40
2.5.3. Exportaciones Manufactureras Sin Maquiladoras	41
2.5.4. Importaciones de Bienes de Consumo	42
2.5.5. Importaciones de Bienes Intermedios sin Maquiladoras	43
2.5.6. Importaciones de Bienes de Capital	44
2.5.7. Principales Productos Importados sin maquila	45
2.5.8. Balanza Comercial Enero-Diciembre de 1995	46

CAPITULO 3.- "TRAMITES PARA LA EXPORTACION"

3.1. Documentos y Trámites de exportación	48
3.1.1. Factura Comercial	48
3.1.2. Lista de <i>Empaque</i>	49
3.1.3. Transporte	50
3.1.3.1. Documento de Transporte	53
3.1.4. Seguros	54
3.1.4.1. El Seguro de Transporte de Carga	54
3.1.4.2. <i>Reclamación al Transportista o Porteador</i>	56
3.1.4.3. Sobre Riesgos Comerciales	56
3.1.4.4. De Responsabilidad Civil	57
3.1.5. Despacho Aduanal	58
3.1.6. Certificación de Calidad y Cuantificación de Mercancías	60
3.1.7. Certificado de Origen	61
3.2. Regulaciones Arancelarias	62
3.2.1. ¿Qué es un arancel?	62
3.2.1.1. Ad Valórem	62
3.2.1.2. Arancel Especifico	63
3.2.1.3. Arancel Mixto	64
3.2.1.4. <i>Tratamientos Arancelarios</i>	64

3.2.1.5. Medidas Antidumping y Compensatorias	64
3.2.2. Clasificación Arancelaria	65
3.2.3. Acceso al Arancel Preferencial en los mercados específicos	66
3.3. Regulaciones no Arancelarias	67
3.3.1. Regulaciones de Etiquetado	69
3.3.2. Normas Técnicas	71
3.3.3. Otras Barreras No Arancelarias	75
3.3.3.1 Normas de Calidad	75
3.3.4. Recomendaciones al exportador	76
3.3.4.1. Principales fuentes de apoyo y asesoría que puede consultar un exportador sobre regulaciones no arancelarias vigentes en cada mercado.	77

CAPITULO 4.- "SITUACION ACTUAL DE LAS EXPORTACIONES EN LA EMPRESA ELEGIDA."

4.1. Sistema de Mercadeo	78
4.1.1. Mercado Nacional	78
4.1.1.1. Políticas de Venta del Mercado Nacional	79
4.1.2. Mercado Internacional	80
4.1.2.1. Políticas de Venta del Mercado Internacional	81
4.2. Clientes Actuales	81
Anexo 3.- Diagrama de Flujo de la forma como opera la empresa en las operaciones internacionales	82

CAPITULO 5.- PROGRAMA PROPUESTO A COSTA RICA

INTRODUCCION	83
I-VARIABLES Socioeconomicas de Costa Rica	85
5.1. Antecedentes	85
5.2. Situación Actual de Costa Rica	87
5.3. Indicadores Económicos	88
5.3.1. Producto Interno Bruto	88
5.3.2. Nivel de Precios	88
5.3.3. Política Cambiaria y Evolución del Tipo de Cambio	90
5.3.4. Consumo	91
5.4. Comercio Exterior	92
5.4.1. Balanza Comercial	92
5.4.2. Principales Productos Exportados a Costa Rica Procedentes de México	93

5.4.3. Inversión Mexicana en Costa Rica	94
5.5. Principales Acuerdos, Convenios y Mecanismos de Cooperación Económica y Financiera	94
a) Comerciales	95
b) Financieros	95
c) Energético-Industrial	95
d) Transporte	95
e) Empresariales	96
5.6. Condiciones de Acceso al Mercado Costarricense	96
5.6.1. Régimen de Importaciones	96
a) Régimen Legal aplicable a las importaciones	96
b) Política Arancelaria de Costa Rica	97
c) Régimen y Derechos Arancelarios	98
d) Proceso de Importación y Trámites en la Aduana	99
5.6.2. Canales de Comercialización en Costa Rica	104
a) Descripción General	104
b) La Comercialización en Costa Rica	106
c) La importancia de la Ley de Protección al Representante de Casas Extranjeras	107
d) Destinos de entrada a Costa Rica de bienes importados y Medios de Transporte	109
5.7. Análisis de Oportunidades según el TLC México-Costa Rica	112
5.7.1. Aspectos Generales del TLC México- Costa Rica	112
a) Procedimientos Aduaneros	112
b) Disposiciones en materia de cuotas compensatorias	113
c) Medidas de Salvaguarda	114
d) Trato nacional y acceso de bienes al mercado	116
e) Inversión	119
Forma 1: Certificado de Origen para la República de Costa Rica	121
II.- Propuesta sobre algunas modificaciones a la organización de la empresa	122
Anexo 4: Organigrama Propuesto	124
Anexo 5: Diagrama propuesto para el proceso de exportación	125
Anexo 6: Diagrama propuesto para el seguimiento a la exportación	126
III.- Propuesta para los Pagos Internacionales	127
A) Cheques	127
B) Giro Bancario	128
C) Orden de Pago	128
D) Carta de Crédito	129
E) Recomendaciones a la empresa para los pagos	129

Formato F10: Solicitud de establecimiento de Carta de Crédito	131
IV.- Propuesta de Mercadotecnia Internacional	133
1.- Análisis de la Competencia	133
2. Análisis del Producto	133
3.- Decisión de Exportar	133
4. Estrategias de Mercadotecnia	134
A) Estrategias del producto	134
B) Estrategias del precio	135
C) Estrategias de distribución	135
D) Estrategias de Promoción	135
5.- Medios para la publicidad	136
Anexo 7: Revista especializada	137
Anexo 8: Publicidad de imagen en exteriores	138
Anexo 9: En punto de venta	139
Anexo 10: En punto de venta	140
Anexo 11: Institucional	141
6.- Algunos costos de envío a la Agencia Aduanal ubicada en Frontera	142
7.- Líneas Aéreas para Costa Rica	142
Forma 2: Hoja de Costos para exportación por vía aérea en país de origen	143
8. -Instituciones públicas y privadas relacionadas con la exportación	145
CONCLUSIONES	146
BIBLIOGRAFÍA	148

INTRODUCCIÓN

El objetivo del presente trabajo de investigación es diseñar una propuesta útil que proporcione información que sirva de base para la creación de un programa de exportación de una pequeña empresa que comercializa accesorios para instrumentos musicales ubicada en la ciudad de Uruapan Michoacán y que desea iniciar ventas al exterior. Dicha propuesta partirá de la elección de un sólo país de Centro o Sudamérica (una vez que se hayan estudiado algunos de los factores económicos, políticos y comerciales de varios países) y un sólo producto para iniciar. La propuesta podrá adecuarse a las plazas en las que la empresa posteriormente decida trabajar haciendo los ajustes correspondientes para las necesidades de cada país. El programa incluye la creación de un departamento interno de exportación que tome decisiones sobre las formas de pago dependiendo de cada cliente y de los recursos de la empresa o de ser necesario a proponer también la manera de allegarse de más recursos que permitan que la empresa opere en el mercado y que además esté apoyado por un departamento de mercadotecnia para la comercialización, promoción y distribución de los productos en el ámbito internacional.

La elección del tema se fundamenta en la seguridad de que la investigación fortalecerá la formación profesional y académica de los estudiantes de alguna de las áreas de la administración de empresas así como a las empresas que inicien un proyecto del tipo y que encuentren aquí información que las oriente.

Por otra parte la empresa estudiada presenta la necesidad de que sus ventas con el exterior sigan un programa estructurado que le permita ampliar sus mercados y dar a conocer su marca internacionalmente partiendo de que cuenta con productos de buena calidad y bajos costos que representan una ventaja competitiva que le permitan hacer buenos negocios e incorporarse al grupo de

empresas mexicanas que exportan y que de alguna manera ayudan al crecimiento y desarrollo económico de México y a una posición más sólida en el mercado internacional.

La investigación esta distribuida en cinco capítulos. El capítulo 1 es una breve investigación de campo acerca del panorama de la empresa exportadora en la región de Uruapan así como del contexto de la empresa elegida. La metodología utilizada es la observación directa de algunos de los hechos presentados en el capítulo y una entrevista dirigida al Gerente General de la empresa. El capítulo dos trata el ámbito de las exportaciones en México proporcionando cifras de la balanza comercial así como los tratados comerciales a los que México está suscrito. El capítulo tercero aborda los trámites para exportar y las regulaciones arancelarias y no arancelarias. La metodología para estos dos capítulos es una investigación documental apoyada en diferentes textos relacionados con el tema del trabajo. El capítulo 4 aborda otra investigación de campo de la situación actual de las exportaciones en la empresa elegida. Para la elaboración de este capítulo se recurrió a otra entrevista con el Gerente General para que proporcionara información al respecto y poder así diseñar el capítulo. El capítulo quinto en su primera parte expone una investigación bibliográfica que enmarca el tema de la propuesta y la segunda parte consta de tres propuestas: una propuesta para la organización del nuevo departamento de exportación, otra sobre algunos aspectos financieros y la tercera es una guía para un programa de mercadotecnia que haga más atinado el esfuerzo del departamento de exportación.

CAPITULO 1

PANORAMA DE LA EMPRESA EXPORTADORA EN LA REGIÓN DE URUAPAN

Uruapan es una región rodeada de montes que permite tener un alto potencial en la producción de aguacate debido a que cuenta con huertas propicias para su siembra con ventajas de recursos naturales necesarios para (agua, buena tierra, altura, clima frío, espacio) una cosecha que dé productos de excelente calidad. Así muchos de los empresarios de la región prefieren invertir sus capitales en ésta actividad que en otras de tipo industrial o comercial porque sienten más seguridad en cuanto a su producción y consumo tanto a nivel nacional como internacional.

Debido a esto las empresas dedicadas a su producción comenzaron a analizar de pocos años a la fecha, la conveniencia de iniciar proyectos de exportación a diferentes países del mundo en los que hubiera dicha demanda.

1.1. Nivel de Desarrollo de Exportaciones en la Región de Uruapan, Michoacán.

Por información obtenida de la Cámara Nacional de Comercio y la Cámara Nacional de la Industria de la Transformación, hacia 1993 tres empresas iniciaron sus ventas al extranjero (principalmente a Francia) con muy buenos resultados de aceptación, con lo que sus pedidos han ido incrementando poco a poco hasta cubrir ya más países de América del Norte, Europa y Japón con envíos de hasta 5000 cajas con 20 toneladas de aguacate a la semana (cada empresa).

Dichas empresas son :

- AGRIFRUT, S.A. DE C.V.
- AGUAMICH, S.A. DE C.V.
- AGRÍCOLA DOVI, S.A. DE C.V.

Actualmente el total de las exportaciones de la región se encuentra concentrado en alrededor de 25 empresas (datos proporcionados por la Cámara Nacional de la Industria de la Transformación Delegación Uruapan) de las cuales aproximadamente 12 son exportadoras fuertes y el resto envían aguacate en cantidades menores a los mercados mencionados arriba.

El país de Israel es también un fuerte productor de aguacate para la comunidad Europea y de Oriente, pero la temporada baja en su producción es la temporada alta para los productores de aguacate de Uruapan, lo que representa ventajas para atacar a los mercados en esa época previniendo una baja de precios por la saturación del producto.

1.2. Mercados

A través de una investigación hecha en la empresa "Agrícola Dovi" se obtuvo que actualmente Francia sigue siendo el país con más alta demanda de consumo de aguacate, debido a que cuenta con un Mercado de los más grandes de Europa en cuanto a distribución de productos agrícolas que abastece a toda la comunidad Europea en donde los países que la integran importan y exportan libremente mercancías. Sin embargo hay otros países que también demandan el producto pero en menores cantidades. Estos países son :

- | | |
|------------|-------------|
| -Japón | -España |
| -Alemania | -Suiza |
| -Dinamarca | -Inglaterra |

Canadá es también demandante de aguacate pero su distribución es por medio de una comercializadora establecida allá.

En cuanto a Estados Unidos, el TLCAN no ha favorecido la exportación del aguacate ya que cuentan con leyes proteccionistas para la producción y consumo de aguacate del estado de California.

Este marco permite ser a Uruapan y la región ser la primera potencial mundial en la producción de aguacate.

1.3. Empresa Elegida

1.3.1. Antecedentes

La empresa "Accesorios Musicales, S.A. de C.V." proporcionó la siguiente información:

Fue fundada en el año de 1986 en la ciudad de Guadalajara, Jalisco dedicándose durante 3 años a la distribución nacional de los productos de una fábrica productora de cuerdas para instrumentos musicales denominada Cuerdas Armónicas de México ubicada en la población de Paracho, Michoacán propiedad de los mismos socios.

Hacia 1989 la empresa se trasladó a la ciudad de Uruapan, Michoacán en donde continúa con la distribución de los mismos productos a diversas ciudades y poblaciones del país.

Fue hasta 1990 que se analizó la conveniencia de iniciar compras de algunos otros productos de importación además de las cuerdas porque se denotaba la existencia de un mercado potencial importante interesado en adquirir

productos de otros países con la calidad y sobre todo más variedad que los productos que ofrecían los productores mexicanos.

Seguido a ello, la empresa inició la búsqueda de proveedores que ofrecieran productos con la calidad y variedad que el mercado estaba demandando. Una vez identificados algunos de ellos, acudió directamente a Japón y Alemania para conocer su maquinaria, calidad y forma de operación. En un inicio comenzó a hacer pedidos chicos en cuanto a cantidades de productos a los proveedores elegidos.

Así durante 4 años las actividades de la empresa seguían siendo la distribución de productos nacionales e importados, creciendo poco a poco sus clientes, ventas y por tanto utilidades.

A raíz de la devaluación de 1994 y ya por inquietud vieja de los socios se abrió una pequeña empresa llamada "Fundas y Estuches Nacionales" (con administración propia del nuevo socio) dedicada a la fabricación de algunos de los productos que la empresa importaba, como son protectores de tela, plásticos y otros materiales para toda clase de instrumentos musicales.

A los pocos meses de esto se programó la apertura de otra empresa llamada "Plasmusic" fabricante de otros artículos que se importaban pero ya con maquinaria más pesada para la inyección de plásticos y trabajo con metales con la finalidad de que se redujeran los costos sustituyendo las importaciones. Dicha empresa tiene también su propia administración.

A medida que los mercados de las diferentes empresas fueron creciendo, se pensó en la conveniencia de manejarlas ya como un grupo de empresas en el que cada una continuara con su administración pero separando y destinando las actividades de comercialización y distribución a "Accesorios Musicales" ya que es la única empresa que no tiene actividades de fabricación y su administración no

abarca tantos aspectos como las otras empresas productoras (situación que aminora su cantidad de operaciones administrativas) pero sobre todo porque es la empresa que ya tenía contacto con el extranjero por sus compras de importaciones, relaciones con embajadas, agencias aduanales, transportes internacionales y además una amplia cartera de clientes. Cabe aclarar que las otras empresas no son actualmente proveedoras exclusivas de la empresa.

1.3.2. Medio Ambiente de la Empresa

"Accesorios Musicales" cuenta con 40 proveedores, 30 de ellos son extranjeros y 10 nacionales, además de 8 maquiladores mexicanos. La elección de unos u otros proveedores depende sobre todo de la calidad y variedad de productos que ofrecen.

Los proveedores nacionales surten productos como: cuerdas para instrumentos musicales, plugs, púas, uñas, botones para tahalí, bongos, güiros, panderos de madera, cables para bocina, algunos instrumentos musicales y sus protectores, conectores para micrófono, tambores, maracas de madera, claves de granadillo, maquinaria, breas para violín, aceites para instrumentos de viento y están ubicados en:

-2 en el D.F.

-1 en Uruapan, Michoacán

-2 en Puebla, Puebla

-1 en Guadalajara, Jalisco

-4 en Paracho

Los proveedores extranjeros se encuentran y distribuyen lo siguiente:

-3 en Japón: uñas, púas, maquinaria y bocas para guitarra, conectores para guitarra eléctrica, afinadores y metrónomos eléctricos, bisutería fina musical con baño de oro, panderos de acrílico y de madera.

-3 en Korea: cables para instrumentos musicales, triángulos, flautas, maquinaria y afinadores electrónicos.

-3 en Taiwan: maquinaria, afinadores, plugs, stand para micrófono, platillos y guitarra, atriles, panderos, conectores, cables, bisutería musical económica, micrófonos, baterías, cuellos de ganso, parches para batería, tamboras, saxofones, trompetas y pastillas electrónicas para guitarra.

-2 en Alemania: maquinaria, afinadores para violín, viola y chelo, encordadores y maderas finas para guitarra.

-18 en E.U. : aceites para instrumentos de viento, boquillas para saxofón y clarinete, breas, baquetas, afinadores electrónicos, cañas, plugs, conectores, tahalis, refacciones para batería, abrazaderas para micrófono, capos, accesorios para clarinetes y trompetas, micas para lámparas de efectos.

Los maquiladores entregan: baquetas para batería, puentes, cordales, tiracuerdas y clavijas para violín, panderos de acrílico, capos, maracas de plástico y tahalis para guitarra eléctrica y se encuentran en:

-1 en Uruapan

-1 en el estado de México

-1 en el D.F.

-5 en Paracho, Michoacán

Con la distribución de éstos productos, la empresa tiene una participación del 80% en el mercado potencial nacional pero que adquiere también productos de la competencia.

La empresa informó que tiene dos tipos de competencia:

FORMAL

Constituida por 4 grandes empresas:

-Casa Veerkamp S.A. DE C.V.

-Hermes Audio

-Distribuidora Gonher

-Casas Wagner

INFORMAL

Formada por personas que se dirigen a la frontera y traen la mercancía sin factura ni pago de impuestos.

Sin embargo la empresa cuenta con una serie de ventajas sobre su competencia, que se mencionan a continuación:

- 1.-Una red de vendedores que cubren las diferentes rutas del país.
- 2.-Precios aproximadamente 10% abajo.
- 3.-Líneas de productos que la competencia no maneja
- 4.-Servicios de garantía que se respetan
- 5.-Servicios de información y orientación a clientes sobre productos que la empresa no maneja.
- 6.-Constantes promociones de productos con descuentos reales
- 7.-Cambio de precios únicamente 1 vez al año
- 8.-Área especializada en la comercialización de productos.

1.3.3. Estructura de la Empresa

Ver Anexo 1: Organigrama Actual de "Accesorios Musicales S.A. DE C.V."

El Gerente General describe las actividades de cada puesto de la siguiente forma:

-El Consejo Administrativo: tiene la facultad de tomar decisiones sobre inversión, planeación financiera, revisiones a los estados financieros.

-Dirección General: revisión periódica de las compras, ventas y estados financieros. toma decisiones sobre nuevos proveedores y clientes.

-Gerencia General: elige los productos a comprar, autoriza créditos, lleva a cabo otras actividades como las relaciones con las embajadas y maquiladores.

-Informática: esta área trabaja de manera staff y realiza el trabajo de (únicamente por computadora) diseños de empaque, mejora de etiquetas y empaques de productos así como de la papelería de la empresa (hojas y tarjetas de presentación, diseño de promociones, etc...)

-Ventas: este departamento se encarga de la atención directa del cliente ya sea por teléfono o cuando el cliente acude a la empresa, muestra el uso de los productos, informa sobre promociones y descuentos, productos descontinuados. Se lleva a cabo la facturación.

-Contabilidad: realiza los estados financieros, lleva el control con el fisco, propone fuentes de inversión y financiamiento, lleva el control de bancos y demás cuentas integrantes de los estados financieros.

-Crédito y Cobranza: lleva las facturas, las rutas y comisiones de los agentes, factoraje, recuperación de carteras vencidas y cobranzas.

-Compras: se encarga de la planeación de las compras y el seguimiento de las mismas hasta su entrada al almacén de la empresa.

-Almacén: sus actividades inician al momento de que ingresan los productos, su manejo, acomodo y cuidado así como el surtido de los pedidos y la elaboración de las remisiones.

las actividades antes mencionadas se llevan a cabo por 8 personas que trabajan en equipo para un mejor desempeño de sus actividades y el logro del objetivo de la empresa que es obtener utilidades.

La empresa informó que maneja una cartera de 250 clientes, en su mayoría son minoristas y sólo unos pocos son mayoristas fuertes distribuidos en las siguientes zonas: Ver Anexo 2

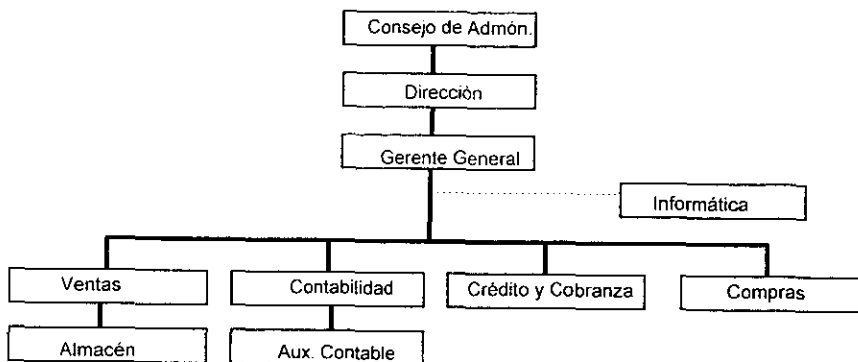
- Pacífico Norte: Nayarit, Sonora, Sinaloa, Baja California Norte y Sur
- Pacífico Sur: Jalisco, Michoacán, Guerrero y Colima
- Noroeste: Zacatecas, Durango, Tamaulipas, Nuevo León y Coahuila
- Centro: Puebla, Veracruz y Tlaxcala
- Centro Norte: Aguascalientes, San Luis Potosí, Guanajuato, Querétaro y Edo. de México
- Sureste: Oaxaca, Chiapas, Tabasco, Campeche, Yucatán y Quintana Roo.
- D.F.

Nota: La orientación de las zonas mencionadas es a partir del D.F.

ANEXO I

ACCESORIOS MUSICALES, S.A. DE C.V.

ORGANIGRAMA ACTUAL



Fuente: Accesorios Musicales, S.A. de C.V.

ANEXO 2

DISTRIBUCION DE LAS DIFERENTES RUTAS QUE CUBRE LA EMPRESA CON SUS PRODUCTOS



Fuente: Accesorios Musicales, S.A. De C.V.

CAPITULO 2

ÁMBITO DE LAS EXPORTACIONES EN MÉXICO Y SUS TRATADOS INTERNACIONALES DE COMERCIO

El presente capítulo habla de algunos conceptos de exportación para ubicar el término y su correcto entendimiento. Enmarca a México en los mercados Internacionales mediante una síntesis de los aspectos más importantes de los tratados de Comercio a los que México está suscrito y muestra en cuadros la situación de las importaciones y exportaciones en diferentes renglones de los sectores de la economía mexicana.

2.1. ¿Qué es exportar?

De acuerdo a Philip Kotler (1980:802) "la forma más simple en que una compañía puede verse involucrada en un mercado extranjero, es arreglar la manera de vender parte de su actual producción en el exterior. Sus servicios de manufactura continúan ubicados en el país de origen. La compañía puede o no modificar su producto para el país extranjero. La exportación permite a la compañía ingresar a mercados extranjeros con un mínimo de cambio en su línea de productos, organización de empresa, inversión o misión de la empresa".

Para el Diccionario de Comercio Internacional (1995:86) exportación es: "operación que supone la salida de mercancías fuera de un territorio aduanero y que produce como contrapartida una entrada de divisas".

Concluyendo, exportar es enviar mercancías a otros países a cambio de un pago por ellas.

2.2. Tipos de Exportación

Las empresas pueden decidir exportar de dos formas:

- Directa
- Indirectamente

EXPORTACIÓN DIRECTA

“Generalmente éste tipo de exportación la llevan a cabo las empresas que han crecido lo suficiente como para justificar una actividad de exportación propia, es decir cuentan con estructuras horizontales donde ellas mismas son diseñadoras, productoras y distribuidoras de su mercancía y no necesitan pagar servicios a intermediarios.” (Kotler Op. cit. 803)

El mismo autor da la siguiente clasificación de las empresas que exportan directamente:

a)-Departamento o división de Exportación con base doméstica: hay un gerente de ventas de exportación con algunos empleados que son sus asistentes y que llevan a cabo todas las actividades que involucra la exportación.

b)-Sucursal de ventas en Ultramar o subsidiaria: permite al fabricante lograr una mayor presencia y control de su programa de exportación ya que maneja la distribución de ventas.

c)-Representantes de ventas de exportación viajeros: personas que viajen al extranjero regularmente para levantar pedidos, buscar más mercado e iniciar nuevas negociaciones.

d)-Distribuidores o agentes con base en el extranjero: los distribuidores compran y son dueños de los productos y los agentes venden los artículos en representación de la empresa.

EXPORTACIÓN INDIRECTA

"La exportación indirecta es el método más popular de los dos para la empresa que está iniciando su actividad de exportación. En primer lugar involucra menos inversión y la firma no tiene que organizar un personal de ventas en ultramar o establecer contactos. En segundo lugar, implica menos riesgo. Los intermediarios de mercados internacionales aportan su conocimiento y sus servicios a la relación y el vendedor normalmente cometerá menos equivocaciones." (Ibidem; 802)

Para las compañías exportadoras, según Kotler hay tres tipos disponibles de convenios con intermediarios:

a)-Comerciante de exportación con base doméstica: el intermediario compra el producto del fabricante y lo vende en el exterior por su propia cuenta. La compañía exportadora simplemente hace sus ventas al comerciante exportador.

b)-Agente de exportación con base Doméstica: en este caso la compañía retiene parte de sus tareas domésticas y todo el riesgo, porque el agente simplemente conviene en buscar compradores en el extranjero mediante una comisión.

c)-Organización cooperativa: lleva a cabo las actividades de exportación en representación de varios productores y se halla en parte bajo el control administrativo de los mismos productores.

*Para el caso de México, Bancomext en su Guía para el Exportador (1995;22) hace su propia división de empresas exportadoras indirectas de la siguiente manera:

a)-Exportadores indirectos: se pueden tener actividades de exportación aunque la empresa no las realice directamente. Es el caso de los exportadores indirectos,

es decir, las empresas que venden insumos o bienes terminados a otras empresas mexicanas que integran productos que finalmente se van a exportar. Los exportadores indirectos también gozan de los beneficios de la exportación, como la devolución de impuestos y la ampliación del mercado.

b)-Empresas proveedores de la industria maquiladora: estos proveedores son un caso específico de exportador indirecto que pueden aplicar la tasa cero de IVA por concepto de las ventas que realicen a las empresas maquiladoras, siempre que éstas les entreguen la constancia de exportación. El padrón actual de la industria maquiladora asciende a más de 2000 establecimientos diferentes, los cuales representan una posibilidad de exportación indirecta por cada uno de ellos.

c)-Empresas integradoras: entidades que permiten la eliminación de obstáculos administrativos y persiguen la eficiencia en el proceso de producción sobre la base de pequeñas escalas productivas de integración horizontal, con el objeto de obtener bienes o servicios de calidad a un precio competitivo.

d)-Empresas de Comercio Exterior: son comercializadoras internacionales registradas y autorizadas por la Secofi, que pueden adquirir a tasa cero de IVA los productos mexicanos adquiridos a sus proveedores.

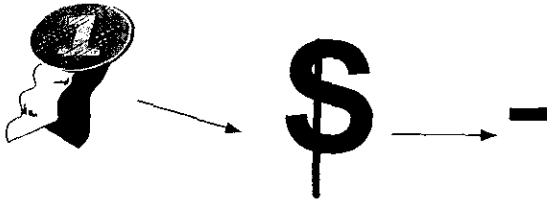
2.3 Elementos Generales de Exportación

Para llevar a cabo una operación de exportación las empresas deben asegurarse de que están en condiciones para exportar es decir cumplir con los requerimientos de un mercado internacional, para lo cual deberá tener los siguientes elementos que son prioritarios para iniciar:

2.3.1 Producto que ofrecer.

Se debe hacer un autoanálisis de los productos antes de iniciar con las actividades de exportación, de los cuales deben tomarse en cuenta los siguientes aspectos:

- ◊ La calidad del producto requerida en el mercado destino.
- ◊ El precio adecuado para ser competitivo en el mercado de destino.
- ◊ El volumen solicitado por el importador.
- ◊ El servicio postventa necesario, en su caso. (Ibidem;19)



2.3.2.- Selección del mercado.

Mediante un análisis de los posibles mercados para los productos que la empresa ofrece. Para la selección del mercado es importante elegir con aquellos con mejores perspectivas de venta, los menos susceptibles de causar problemas (distancia, cultura) y aquellos cuyos gastos de iniciación sean menores.

(Ibidem)

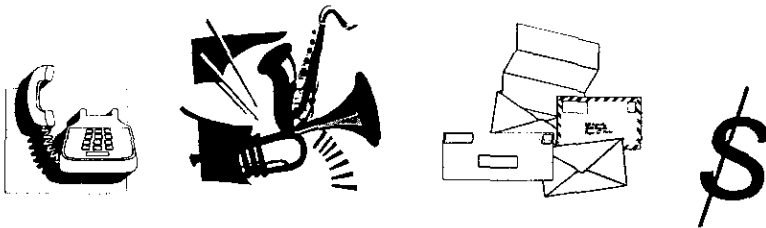


2.3.3 Conocer el mercado seleccionado.

Para conocer el mercado se debe realizar una investigación cuidadosa y profunda que contenga hechos y cifras necesarias para preparar a la empresa y aprovechar todas las posibilidades. Algunos de los aspectos que debe incluir la investigación son:

- ◊ Cifras estadísticas de su comercio con México y otros países.

- ◊ Prácticas y costumbres comerciales, clima, topografía, áreas de concentración de la población, superficie total.
- ◊ Red de transporte y comunicaciones: calidad, confiabilidad y distancia de México.
- ◊ Situación económica (potencial económico del mercado, ingreso per cápita, número de habitantes).
- ◊ Situación política (estabilidad social, proyectos de desarrollo).



En cuanto a la accesibilidad del mercado elegido se debe considerar:

- El medio de transporte y el tiempo de tránsito deben permitir que el producto llegue a su destino en condiciones óptimas.
- Regulaciones Arancelarias: aranceles, impuestos o cuotas
- Regulaciones no Arancelarias: normas, permisos previos, normas de calidad, etiquetado, etc...
- Acceso y aceptación de los productos extranjeros en general
- Control de divisas locales. (Ibidem; 20)

2.3.4. Posibilidades de venta en el mercado de destino: la demanda presente y las ventas a largo plazo son influidas principalmente:

- La competencia actual y futura de los proveedores locales
- La diferencia de precio entre los productos locales y los de la empresa

-El grado de aceptación o la resistencia del mercado a nuevos productos y servicios. (Ibidem;21)

2.3.5. Modalidades de pago y divisas utilizadas en el país de destino. (Ibidem)

2.3.6. Distribución del producto: que depende de la estructura del mercado local y la composición de los compradores. (Ibidem)

2.4. TRATADOS DE COMERCIO

A.- TRATADO DE LIBRE COMERCIO DE AMÉRICA DEL NORTE

En la revista *Práctica Fiscal Laboral y Legal Empresarial* en su artículo Tratado de Libre Comercio. Efectos Inmediatos. Productos de libre Importación y Exportación desde 1994 se presenta un resumen del TLCAN en donde: El 15 de febrero de 1991 comienza un intenso y largo debate entre los presidentes de Estados Unidos, México y Canadá con la intención de realizar un Tratado de Libre Comercio para crear uno de los mercados más grandes del mundo; fue hasta los últimos días del mes de noviembre de 1993, en que el tratado se aprobó por los Congresos de los tres países.

1.-Comercio de Mercancías

Ante la entrada en vigor del TLCAN, los sectores productivos del país se preparan para conocer, aprovechar y contrarrestar sus primeros efectos en la economía. A partir del primero de enero de 1994 comienza la eliminación gradual de aranceles, de la manera siguiente:

Nota: se tratará únicamente con la etapa inmediata a partir del primero de enero de 1994 que cubre los cinco años siguientes.

a) Estados Unidos desgravará el 84% de las exportaciones mexicanas no petroleras, por ejemplo:

- | | | |
|--------------|----------------|--------------------|
| -Automóviles | -Miel de abeja | -Envases de vidrio |
| -Parabrisas | -Nueces | -Ganado bovino |
| -Televisores | -Fresas | -Computadoras |

Con la entrada en vigor del TLCAN, 7300 fracciones arancelarias podrán ingresar a E.U. libres de impuesto, y 4200 fracciones corresponden al Sistema Generalizado de Preferencias.

b) Canadá desgravará el 79% de los productos de exportación mexicanos, no petroleros, por ejemplo:

- | | | |
|----------------------|------------------|-------------------------------|
| -Equipos de computo | -Cerveza | -Partes de televisores |
| -Café | -Verduras | -El 19% de productos textiles |
| -Lavabos de cerámica | -Jugo de toronja | |
| -Mármol | -Nueces | |

c) México desgravará el 43% y 41% de las importaciones provenientes de E.U. y Canadá. Entre los productos que la industria, comercio, prestadores de servicios y otros, podrán adquirir desde 1994, sin pagar impuestos a la importación, están:

- | | |
|--------------------------------|---|
| -Fotocopiadoras | -Escaleras mecánicas o pasillos móviles |
| -Fertilizantes | -Maquinaria para la preparación de textiles |
| -Aviones | -Maquinaria para la fabricación de papel |
| -Máquinas de coser domésticas | -Trituradoras de desperdicios de comida |
| -Máquinas de escribir manuales | -Cámaras de televisión, etc... |

(Ibidem;30)

II.- Comercio de Servicios

La apertura de los servicios procede en forma paulatina conforme a:

Transporte Terrestre

- A los 3 años de entrada en vigor el TLCAN, E.U. permitirá la entrada de camiones mexicanos a sus estados fronterizos y el 49% de inversión extranjera en empresas de autobuses y de transporte de carga internacional. México otorgará derechos similares a E.U.
- A los 6 años, los territorios de los tres países quedarán totalmente abiertos al cruce transfronterizo de transporte terrestre.
- Al séptimo año, el porcentaje de inversión extranjera permitida se incrementará, en E.U. A 100% y en México a 51%. Hasta el décimo año México permitirá una participación del 100%.

Telecomunicaciones

Los servicios básicos de telecomunicaciones no se negociaron, pero los servicios de valor agregado se prestarán, sin restricciones, de acuerdo con un programa de liberación

Servicios Financieros

En materia de servicios financieros. se establecen los principios generales que siguen:

- El sistema de pagos se mantiene en manos mexicanas.
- Se protegerán los intereses del público.
- Se extenderán a las partes las concesiones que se otorguen a cualquier otro país.
- Se excluye la política monetaria cambiaria, las actividades que formen parte de los sistemas de seguridad social y las de banca de desarrollo.

-El acceso al mercado mexicano sólo se podrá realizar bajo la forma de instituciones subsidiarias.

-Estados Unidos otorga una exención de 5 años a la aplicación de disposiciones restrictivas que afecten a los grupos financieros mexicanos ya establecidos en su territorio, con bancos y casas de bolsa. (Ibidem:33)

CREACIÓN DE ORGANISMOS

Una vez que entra en vigor el TLCAN se ponen en marcha varios organismos:

1.-Un comité de normas técnicas, encargado de aplicar cabalmente el capítulo de normas.

2.-Un comité para realizar consultas técnicas en materia de medidas sanitarias y fitosanitarias.

3.-Un mecanismo para la resolución de controversias. (Ibidem)

B.- TRATADO DE LIBRE COMERCIO DE MÉXICO, COLOMBIA Y VENEZUELA.

De acuerdo a la revista Comercio Exterior en su artículo Tratado de Libre Comercio del Grupo de los Tres: El 13 de junio de 1994 se firma el tratado de Libre Comercio entre México, Colombia y Venezuela. Dicho tratado es compatible con las reglas mundiales del GATT y con las preferencias negociadas con anterioridad en el marco de la ALADI y permitirá la adhesión de terceros países de América Latina y el Caribe.

El tratado abarca intercambio de bienes, servicios, inversión y propiedad intelectual, incluye también mecanismos eficaces para la solución de controversias y la posibilidad de aplicación de salvaguardas para evitar daños a sectores específicos de las economías.

Este tratado de comercio es una de las decisiones políticas y económicas más importantes de los últimos tiempos ya que forma un mercado libre de más de 145 millones de personas, casi la tercera parte de los habitantes de América Latina y el Caribe y con un valor de producción combinado de 440 mil millones de dólares.

Los beneficios directos serán: un apoyo trilateral a las respectivas economías ya que los 3 países importan más de lo que exportan, certidumbre a las acciones de los agentes económicos lo cual permitirá promover el comercio de bienes y servicios en condiciones de competencia leal y facilitará los flujos de inversión entre los 3 países. Promoverá además una mayor utilización de los recursos e insumos de la región en el comercio recíproco y establece un marco previsible para planear las actividades productivas y la inversión ante el proceso de globalización.

La vigencia mínima del tratado es de 3 años y será indefinida a partir de éste plazo (junio de 1997). (Ibidem;14)

Las partes se comprometen a minimizar los efectos destrucionistas de los apoyos internos en el comercio y la producción reservándose el derecho de modificar sus actuales programas de apoyo, de conformidad con los derechos y las obligaciones contraídas en el GATT; por lo tanto los subsidios quedan prohibidos una vez que concluya la desgravación de los bienes incluidos en el tratado. En el caso de los productos agropecuarios se permitirá usarlos durante los primeros 3 años de vigencia del tratado para, a partir del cuarto, iniciar su eliminación en etapas anuales iguales hasta desaparecerlas totalmente.

Las excepciones a este tratado se encuentran en productos agropecuarios, como en el caso del azúcar que entra a un acuerdo de desgravación de 15 años con exclusiones en ciertos productos de origen.

La aplicación de salvaguardas durante los primeros 10 años tipo cuotas entre México y Venezuela cuando se exporte:

<u>De México</u>	<u>De Venezuela</u>
Pepinos y pepinillos	Mangos
Pimientos	Guayabas
Ajo fresco	Preparaciones para sopas
Aguacates	Cerveza
Naranjas	Ron

En el caso del sector automotriz se excluyen los autos usados.

En el sector financiero cada país reserva el manejo de la política monetaria y cambiaria interna, asimismo cada país tiene el derecho de fijar los niveles de protección que considere adecuados para garantizar la salud y seguridad humana, animal y vegetal y proteger al medio ambiente y al consumidor.

(Ibidem;15)

FACILIDADES

*Se crea un comité de la micro, pequeña y mediana industria integrado por representantes de cada país que se encarga de promover oportunidades en el sector público para industrias de éste tipo de la región.

*Se establecen las condiciones de seguridad y certidumbre para los inversionistas y sus inversiones, se garantiza la libertad para transferir recursos al exterior y se permite a los inversionistas de cualquiera de las partes participar en todos los sectores en los que se permita la inversión al momento de entrar en vigor el tratado.

*En el rubro de la propiedad intelectual se establecen principios para asegurar la protección de los derechos de autor y de propiedad industrial, se garantiza la protección de las marcas incluso notoriamente conocidas.

*Se establecen principios que facilitan la entrada temporal de personas de negocios sin que por ello entrañe la modificación de las leyes laborales y migratorias simplificando los procedimientos de entrada y estableciendo categorías de visitantes de negocios, inversionistas y personal de intercompañías.

(Ibidem;17)

C.- TRATADO DE LIBRE COMERCIO MÉXICO- COSTA RICA

De acuerdo al artículo de la revista Mercado de Valores llamado Tratado de Libre Comercio México-Costa Rica : El 5 de abril de 1994 los presidentes Carlos Salinas de Gortari (México) y Rafael Angel Calderón (Costa Rica) suscribieron el tratado de Libre Comercio entre México y Costa Rica que entró en vigor el primero de enero de 1995.

Con este tratado se eliminan de inmediato los aranceles 70% para las exportaciones mexicanas, en 5 años se suprimirán otro 20% y el 10% restante en 10 años. A cambio se desgrava el 75% de las exportaciones de Costa Rica a México el 15% en 5 años y el 10% restante en 10 años. Asimismo se establecen los mecanismos para eliminar barreras no arancelarias y disciplinas que puedan discriminar los bienes de ambos países. (Ibidem; 39)

Región de Origen (bienes)

La eliminación de aranceles se aplica a bienes producidos en su totalidad en la región, bienes que cumplan con una transformación sustancial con base en el cambio arancelario y/o bienes que cumplan con un requisito de contenido regional. El requisito de contenido regional es del 50% bajo el método de valor de transacción salvo en un reducido número de fracciones.

Para las reglas de origen de los sectores químico, plásticos y textil, acero, cobre y aluminio se establece un comité que evaluará la capacidad de abastecimiento de insumos en los dos países. (Ibidem)

Agricultura

Le da acceso inmediato a los productos agrícolas con potencial exportador. Se establece la exclusión o la máxima protección a los productos sensibles (carne, plátanos, productos avícolas, y azúcar). Se eliminan los subsidios a la exportación a partir del primero de enero de 1999 o en la fecha en que los productos quedan exentos del apoyo de aranceles. (Ibidem;40)

Servicios

El tratado cubre todos los servicios a excepción de aquellos prestados por los gobiernos de ambos países, también se excluyen los servicios aéreos y financieros. Se simplifican los procedimientos de entrada de mujeres y hombres de negocios de ambos países. (Ibidem)

Medidas de Salvaguarda

Se previene el derecho de adoptar medidas de emergencia al amparo del artículo XIX del GATT. Se prevé la aplicación de salvaguardas bilaterales ante la posibilidad de daño grave a la planta productora nacional debido a aumentos sustanciales en las importaciones. (Ibidem;41)

D.- TRATADO COMERCIAL MÉXICO-CHILE

De acuerdo a la revista Línea Universitaria en su artículo Tratado Comercial México-Chile: En el mes de septiembre de 1991 inician las relaciones bilaterales entre México y Chile con lo cual Chile reinserta a la comunidad latinoamericana, después de 16 años de dictadura y de estar alejado de los derechos de la democracia. Los dos mandatarios (Carlos Salinas de Gortari y Patricio Aylwin Azócar coincidieron en mejorar los mecanismos de apertura mundial, se comprometieron a suscribir un acuerdo de Complementación Económica al amparo del Tratado de Montevideo de 1980, que creó la Asociación Latinoamericana de Integración. Dicho acuerdo crea un mercado a más tardar el

31 de diciembre de 1995 y para tal efecto, se establece un Grupo de Trabajo AD-Hoc que, en un plazo máximo de 4 meses a partir de esa fecha, prorrogable por otros 4 meses más en caso de ser necesario, perfeccione las normas que permitirán ponerlo en vigencia.

El nacimiento del eje México-Chile significa ampliar el intercambio comercial, ya que en 1991 asciende con Chile a 200 millones de dólares anuales en el renglón automotriz, de computadoras, de química y fibras sintéticas; y Chile lo hace aprovechando sus ventajas comparativas en lo relativo a el área agropecuaria, forestal y ganadera. (Ibidem;15)

E.- TRATADO DE COMERCIO MÉXICO-BOLIVIA

De acuerdo a la revista Medidas Comerciales y Aduaneras Internacionales en su artículo Tratado de Libre Comercio México- Bolivia: "El 10 de septiembre de 1994 México y Bolivia se suscriben a un Tratado de Libre Comercio que entra en vigor el primero de enero de 1995.

Mediante el tratado se establecen, entre otros aspectos, reglas claras y transparentes no sólo en materia de comercio de mercancías, sino también en servicios, lo cual permitirá incrementar los flujos de comercio entre los dos países. Este tratado representa para México una oportunidad para aumentar y diversificar la producción y generar economías de escala, así como facilitar los flujos de inversión entre los dos países. (Ibidem;24)

Comercio Exterior México-Bolivia

Durante los últimos 3 años anteriores a la firma, el comercio de México con Bolivia ha presentado dos características principales: ser poco significativo en su monto y presentar una tendencia irregular. Así de 1991 a 1993, las cifras de comercio que registra México con este país sudamericano indican que el nivel de participación que tiene Bolivia dentro del comercio total de México es menor a un

punto porcentual (0.02%), tanto en la exportación como en la importación. (Ibidem)

Exportación

Durante 1993, el monto de exportación de mercancías mexicanas al mercado boliviano registró un crecimiento cercano al 100% con respecto al año anterior, al pasar de 9 millones de dólares a 17 millones, de un año a otro.

A nivel de productos, durante los últimos 3 años se ha observado poca diversificación en las ventas externas a Bolivia ya que sólo 3 productos han representado más del 50% del total. Las fibras artificiales o sintéticas, los automóviles para el transporte de personas y máquinas para el proceso de información representaron en 1991 el 56% del total en tanto que en 1992, el nivel de participación aumenta a 60%. Para 1993, sólo las fibras textiles, y tubos y cañerías de hierro o acero significaron más del 70% del total exportado por México a este país.

Algunos otros productos en los que se observa movimiento en sus ventas a Bolivia durante los últimos tres años son: mechas y cables de acetato de celulosa, libros impresos, productos de vidrio, cintas magnéticas y discos fonográficos. (Ibidem;25)

Importación

Las compras de mercancías que ha realizado México durante los últimos 3 años también anteriores a la firma, son poco significativas, ya que el nivel de participación en promedio fue menor a un punto porcentual (0.02). Sin embargo, cabe señalar que en 1992 estas importaciones registraron un crecimiento significativo (cerca del 70%) para ubicarse en 17 millones de dólares. Durante 1993 el nivel de importación fue poco mayor a 16 millones de dólares. Para los primeros 7 meses de 1994 el monto de compras realizadas al mercado boliviano sumó 10 millones de dólares.

Durante este periodo, a nivel de productos importados, una de las características que se observó fue su creciente concentración en el número de mercancías. En efecto el mineral de estaño, el mineral no ferroso, la madera en cortes especiales y el estaño en bruto y sus manufacturas, representaron en 1991, el 53% del total importado por México de productos bolivianos. Para 1992 y 1993 se observó un aumento en su nivel de participación (64% y 74% respectivamente). (Ibidem;26)

Bolivia: Evolución de las importaciones

En base a cifras del Fondo Monetario Internacional, el valor de la importación total que realizó Bolivia durante 1993 (1436 md.) registró un incremento del 66% con respecto al año anterior (646 md). Los principales países proveedores de mercancía son: Brasil (33% en 1993); EU (17%) y Chile (12%).

México por su parte participó con menos de un punto porcentual de las importaciones totales de Bolivia. Durante los últimos 3 años, el nivel de participación de México como país proveedor de mercancías en el mercado boliviano ha mostrado una tendencia decreciente, es decir, de 1.1% que tuvo en 1991 disminuye a 0.9% en 1992 y 0.8% en 1993.

Se considera que derivado del TLC suscrito por México y Bolivia, la importancia de México como país proveedor de mercancías en este mercado sea más significativo ya que este país está demandando para su desarrollo una gran diversidad de bienes de uso intermedio y de capital. (Ibidem;27)

Características Principales del TLC México-Bolivia

Este tratado al igual que los suscritos por México con otros países de Latinoamérica incorporan no solamente al comercio de mercancías, sino también aspectos de propiedad intelectual, servicios e inversión.

En este contexto, el TLC México- Bolivia incluye entre otros la negociación de temas sobre: acceso de bienes al mercado; reglas de origen; normas técnicas;

fito y zoonosanitarias; inversión; compras gubernamentales; servicios, propiedad intelectual: telecomunicaciones, servicios financieros y solución de controversias. (Ibidem)

F.- LA RONDA DE URUGUAY

En un boletín emitido por Bancomext en 1994 se encontró que:

- Para México es muy importante contar con un marco multilateral de comercio que establezca principios, reglas e instancias de carácter universal que se acepten permanentemente y que además sean respetadas por todas las naciones. De ahí México apoyó las negociaciones comerciales multilaterales conocidas como la Ronda de Uruguay.

La Ronda de Uruguay resultó ser la más ambiciosa de las negociaciones comerciales para liberalizar el comercio, ya que abrió prácticamente todos los sectores del comercio. (Bancomext,1994;10)

Sus objetivos:

- Actualizar y dar claridad a las reglas del comercio internacional
- Apoyar la profundización de la apertura comercial en todo el mundo
- Incorporar a las reglas del GATT, sectores como el agrícola, textiles, propiedad intelectual y comercio de servicios.

La Ronda de Uruguay concluyó el 15 de abril de 1994 en Marruecos, donde 125 países firmaron el acta final que comprende 28 acuerdos distintos y tuvo que ser aprobada por instancias legislativas de los países participantes; se pone en vigor en enero de 1995. (Ibidem)

Los beneficios que México obtiene de la Ronda son:

- Establecimiento de reglas más claras para el comercio mundial, lo que permite mayor certidumbre en sus intercambios comerciales.
- Acceso a mercados de bienes, servicios e inversión en 122 países del mundo.

- Los países desarrollados reducen los aranceles en un 38% en promedio.
- Se amplían sus exportaciones de productos agrícolas, gracias a la reducción de subsidios internos y de exportación de otros países en el mercado mundial.
- Beneficio por la adopción de un marco normativo internacional para prestación de servicios.
- Se puede acudir para resolver disputas a mecanismos ágiles. (Ibidem;11)

Los siguientes productos de México fueron beneficiados por la Ronda: miel, ron, acero, flores frescas, café crudo, tequila, motores y partes, aguacate, cerveza, chasis para vehículos, mango, jugo de naranja y vidrio. (Ibidem)

G.- EL GATT

- Es un acuerdo de comercio entre los países miembros
- Es un foro de negociaciones comerciales para reducir o eliminar las barreras arancelarias, licencias y cuotas.
- Es un mecanismo para resolver diferencias comerciales entre países miembros
- Está integrado hasta 1994 por 123 países que se reúnen una vez al año a nivel de altos funcionarios
- El consejo de representantes está formado por los representantes permanentes de todos los países miembros
- Los comités tratan asuntos específicos
- Tiene grupos especiales que se dedican a examinar las controversias comerciales entre los países miembros
- Permite otorgar a las naciones en desarrollo, flexibilidad en algunas de sus normas, por ejemplo preferencias arancelarias por parte de los países desarrollados a través del sistema Generalizado de Preferencias
- Los países en desarrollo pueden acordar entre ellos, preferencias arancelarias sin otorgárselas al resto de los miembros del GATT.
- Las Rondas de negociaciones del GATT son procesos de negociación comercial para liberalizar el comercio internacional con reglas claras y precisas. (Ibidem; 20)

Los beneficios de pertenecer al GATT para México son:

- *Obtiene concesiones arancelarias otorgadas entre los países miembros desde 1947
- *Certidumbre y seguridad en el comercio con sus principales socios comerciales
- *Contar con mecanismos de solución de controversias
- *Tener trato favorable como país en desarrollo
- *Recibir asistencia técnica y capacitación de funcionarios en mecanismos, normas y procedimientos del GATT." (Ibidem)

H.- ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE COMERCIO

Un Boletín emitido por Bancomext en 1994 habla de que En 1992 ya existía la necesidad de crear una nueva Organización Mundial de Comercio, porque los países miembros estaban preocupados por la proliferación de acuerdos, que empezaban a crear contradicciones al estar sujetos a diferentes reglas; debido a ello se creó la OMS.

México, Canadá y la Unión Europea patrocinaron la iniciativa de la nueva organización, lo que permitió la participación activa en el diseño de la misma.

(Bancomext, 1994;33)

Otros Puntos Importantes de la Organización Mundial de Comercio:

- El consejo de la OMS se llama consejo General
- Las decisiones sobre adhesión de nuevos miembros las adopta la Conferencia Ministerial que está integrada por todos los miembros que se reúnen cada dos años. Está facultada para tomar decisiones sobre asuntos relacionados con los Acuerdos Comerciales Multilaterales que resultaron de la Ronda de Uruguay.

-El consejo General supervisa el funcionamiento de la OMS, sus acuerdos y las decisiones Ministeriales. Tiene a su cargo las funciones del Órgano de Solución de Controversias y del Órgano de Examen de Políticas Comerciales. Cuenta con tres órganos subsidiarios bajo orientación y con 4 Acuerdos Comerciales Plurilaterales.

Los países miembros en sus relaciones comerciales y económicas deben incrementar la producción y el intercambio de bienes y servicios, que permitan aumentar el empleo y por lo tanto el ingreso. Esto se logrará con la reducción de aranceles y barreras comerciales. (Ibidem)

I.- ASOCIACIÓN LATINOAMERICANA DE INTEGRACIÓN (ALADI)

En el Acuerdo de Complementación Económica Número 17 México-Chile. se encontró que: En el marco del tratado de Montevideo (1980), que prevé la integración de América Latina mediante acuerdos bilaterales o multilaterales, y en vista de la necesaria complementación económica comercial en un mundo globalizado y la coincidencia de la apertura comercial en ambos países, Chile y México convinieron en celebrar un Acuerdo de Complementación Económica, el cual se firmó el 22 de septiembre de 1991 y entró en vigor el 1 de enero de 1992.

(Bancomext,1994;67)

El objetivo de dicho Acuerdo es intensificar las relaciones económicas y comerciales mediante la eliminación total de gravámenes y restricciones a las importaciones originarias de las partes.

Así mediante el Acuerdo se establece un programa de desgravación arancelaria y la eliminación total de restricciones no arancelarias, muy similares en su esquema y objetivo a los tratados de libre comercio que México ha firmado con otros países.

El programa de desgravación fijó como objetivo consolidar un gravamen máximo común del 10% al 1 de enero de 1992, aplicable a las importaciones de productos originados en ambos países.

Los productos del sector automovilístico se incluyeron en el capítulo IV del Acuerdo, señalándose que los productos originarios de los países signatarios quedarán libres de gravámenes y restricciones no arancelarias a partir del 1 de enero de 1996. Sin embargo deberán cumplir con un valor de contenido regional y acatar las normas de seguridad y ambientales correspondientes. (Ibidem;68)

J.- ACUERDOS DE MÉXICO CON OTROS PAÍSES DE LA ALADI

También enmarcados en los objetivos del Tratado de Montevideo, México estableció acuerdos comerciales con los países del Mercosur (Brasil, Argentina, Uruguay y Paraguay) Perú y Ecuador. Los beneficios arancelarios varían según el país. (Ibidem;69)

Preferencia Arancelaria Regional

Se conoce como PAR y consiste en la preferencia mínima que otorga un país a otro y que aparece como preferencia generalizada, es decir, dentro del marco del tratado de Montevideo, cada país signatario se comprometió a otorgar a sus contrapartes un descuento (preferencia) de cierto porcentaje a su arancel de importación, según el grado de desarrollo industrial particular, por ejemplo es el caso de Argentina y México, en donde el primero otorga un descuento del 20% sobre su arancel general; así si Argentina aplica un arancel del 30% a televisores importados, y si éstos provienen de México aplica un descuento de 20% sobre el arancel general, es decir, el arancel a pagar sería del 24%.

Por lo tanto los países miembros de la ALADI proporcionan una preferencia a todos los productos que importan en el marco de la ALADI; sin embargo, existe una "lista de excepciones" que cada país publica de productos que no tienen preferencias." (Ibidem)

PREFERENCIA QUE LOS PAÍSES MIEMBROS DE LA ALADI DAN A LOS PRODUCTOS EXPORTADOS DE MÉXICO DENTRO DE LA PAR

Argentina y Brasil 20%

Colombia y Venezuela 12%

Uruguay y Perú 12%

Ecuador 8%

Bolivia y Paraguay 8%

Acuerdos de Alcance Parcial

Son los que se suscriben bilateralmente y pueden ser comerciales, de complementación económica, agropecuarios, de promoción del comercio, entre otros. (Ibidem;70)

Acuerdo de Complementación Económica

Constituye un mecanismo para promover la integración económica, que es la finalidad esencial del Tratado de Montevideo. Tiene, entre otros, los siguientes objetivos:

-Intensificar las relaciones económicas y comerciales entre los países signatarios, en el marco del proceso de integración establecido por el Tratado de Montevideo de una liberación total de gravámenes y restricciones a las importaciones originarias.

-Elevar al máximo posible y diversificar el comercio recíproco entre los países signatarios.

-Coordinar y complementar las actividades económicas, sobre todo en las áreas productivas de bienes y servicios.

-Estimular inversiones encaminadas a un intensivo aprovechamiento de los mercados y de la capacidad competitiva de los países signatarios en las corrientes de intercambio mundial

-Facilitar la creación y el funcionamiento de empresas bilaterales y multilaterales de carácter regional. (Ibidem)

Acuerdo Regional para la Recuperación y Expansión del Comercio

Se trata de preferencias negociadas bilateralmente entre los países miembros de la ALADI con la finalidad de compensar las expectativas del comercio derivadas de este acuerdo.

En ambos casos la preferencia se establece sobre la base de una rebaja porcentual respecto al arancel aplicado a países no participantes, el cual se conoce como arancel a terceros o general.

Para la clasificación arancelaria de los productos negociados se utilizan dos tipos de nomenclatura: la NALADI y la NALADISA, códigos que deben aparecer en el certificado de origen que da acceso a las preferencias.

A fin de acogerse a estas preferencias, los productos deben cumplir con alguna de las siguientes reglas de origen, según el caso:

- 1) Haber sido elaborados o producidos totalmente en el país con materiales también elaborados en el país.
- 2) *Tratarse de mercancías que resulten de un proceso de transformación de tal forma que les confiera una nueva individualidad y se clasifiquen en una fracción arancelaria distinta.*
- 3) Ser bienes que tengan un grado de integración de 50% (Ibidem;71)

Certificado de Origen de la ALADI.

Con objeto de gozar de las preferencias de acuerdos antes mencionados, se requiere de un certificado de origen ALADI, que es un documento oficial que expide la SECOFI, antes de cada exportación. (Ibidem)

Certificado de Origen para el Acuerdo de Complementación con Chile.

El acuerdo de Complementación Económica México- Chile opera en el marco del Tratado de Montevideo de 1980. Por ese motivo, el exportador que desea gozar del arancel preferencial establecido en el Acuerdo, debe gestionar ante la SECOFI un certificado de origen ALADI que deba acompañar a cada exportación. (Ibidem)

K.- SISTEMA GENERALIZADO DE PREFERENCIAS ARANCELARIAS

El Sistema Generalizado de Preferencias Arancelarias es una concesión unilateral no recíproca que los países desarrollados otorgan a las naciones menos avanzadas por medio de una tarifa arancelaria preferencial para sus productos.

Los beneficios del SGP se otorgan discrecionalmente a los países en desarrollo. Hoy en día existe un total de 12 esquemas del SGP, de los cuales México es beneficiario de 10, ya que el acceso preferencial de nuestros productos a Estados Unidos y Canadá se realiza en el marco del Tratado de Libre Comercio de América del Norte. (Ibidem;72)

Los mercados a los que pueden ingresar los productos mexicanos en forma preferencial son: Australia, Bulgaria, Checoslovaquia, Hungría, Japón, Noruega, Nueva Zelanda, Polonia, Suiza y la Unión Europea (que comprende: Alemania, Austria, Bélgica, Dinamarca, España, Finlandia, Francia, Reino Unido, Grecia, Holanda, Irlanda, Italia, Luxemburgo, Portugal y Suecia).

El esquema que prevalecía en la Unión de Repúblicas Soviéticas Socialistas ha sufrido modificaciones a raíz de su desmembramiento y reordenación. Así hay inconsistencia en la aplicación de las preferencias por parte de las repúblicas que integran la actual Comunidad de Estados Independientes.

Los sistemas vigentes del SGP establecen una lista de países beneficiarios y una lista de productos que en principio gozan de un margen preferencial o la entrada con franquicia de los mismos. Para hacerse acreedor a dicha preferencia es necesario presentar un certificado de origen.

Las exclusiones se aplican principalmente a bienes y productos, provenientes de naciones en desarrollo, que podrían perjudicar a la industria nacional de los países receptores. (Ibidem)

2.5. SITUACIÓN ACTUAL DEL COMERCIO EXTERIOR DE MÉXICO

CUADRO 1

2.5.1. EXPORTACIONES AGROPECUARIAS

Principales productos
(Millones de dólares)

PRODUCTO	1994	1995	95/94 %	1995 %
GRUPO AGROPECUARIO	2,670	2,616	98.0	100.0
Alimentos para animales	689.7	689.7	100.0	25.8
Alimentos para consumo humano	259.7	259.7	100.0	9.7
Alimentos para consumo humano	301.6	301.6	100.0	11.3
Alimentos para consumo humano	96.1	96.1	100.0	3.6
Alimentos para consumo humano	96.1	96.1	100.0	3.6
Alimentos para consumo humano	45.2	45.2	100.0	1.7
Alimentos para consumo humano	81.2	81.2	100.0	3.0
Alimentos para consumo humano	44.8	44.8	100.0	1.7
Alimentos para consumo humano	16.2	16.2	100.0	0.6
Alimentos para consumo humano	34.6	34.6	100.0	1.3
Alimentos para consumo humano	222.2	222.2	100.0	8.4

CUADRO 2

2.5.2. EXPORTACIONES DEL SECTOR EXTRACTIVO

NO PETROLERO

Principales productos

(Millones de Dólares)

PRODUCTO	1994	1995	95/94 %	1995 %
TOTAL EXTRACTIVO	356.7	52.8	14.8	14.8
oro	107.7	12.8	12.0	12.0
plomo	85.3	3.5	4.1	4.1
zinc	28.6	44.1	154.2	154.2
hierro	6.0	n.s.		
carbón	40.2	-25.1	-62.4	-62.4
gas natural	16.2	46.4	286.4	286.4
gasolina	19.1	15.7	82.2	82.2
gasolina de aviación	4.0	n.s.		
gasolina de barco	4.9	40.1	818.4	818.4
gasolina de transporte	49.9	253.6	508.2	508.2
gasolina de barco de guerra				

De los minerales exportados, tan sólo cuatro (zinc, sal, azufre y plomo) representan la mitad (50.7%) del total.

CUADRO 3

**2.5.3. EXPORTACIONES MANUFACTURERAS
SIN MAQUILADORAS**

Principales productos
(Millones de dólares)

PRODUCTO	1994	1995	95/94 %	1995 %
	24.122,2		47.1	
	5.722,2		49.2	
	1.707,2		19.1	
	67,2		124.0	
	531,2		122.4	
	1.118,2		3.2	
	816,2		29.8	
	718,2		19.1	
	358,0		57.9	
	22,2		89.0	
	47,2		15.7	
	10.122,2		48.3	

CUADRO 4

2.5.4. IMPORTACIONES DE BIENES DE CONSUMO

Principales productos
(Millones de dólares)

PRODUCTO	1994	1995	95/94 %	1995 %
----------	------	------	------------	-----------

	9,510.4		-43.9	
	1,855.0		-21.8	
	440.6		4.8	
	738.4		-50.2	
	268.7		-0.5	
	182.6		-1.6	
	165.4		-8.8	
	36.5		-60.3	
	24.0		-18.9	
	7,665.1		-19.3	
	2,154.5		-19.0	
	1,226.2		-18.7	
	1,218.3		-64.6	
	68.0		-44.9	
	48.0		-28.4	
	61.0		-24.0	
	17.0		-53.9	
	1,433.4		-51.8	

CUADRO 5

**2.5.5. IMPORTACIONES DE BIENES INTERMEDIOS
SIN MAQUILADORAS**

Principales productos
(Millones de dólares)

PRODUCTO	1994	1995	95/94 %	1995 %
	36,047.6		-10.6	
	8,566.3		16.8	
	1,046.8		-6.2	
	746.9		-4.9	
	449.9		49.7	
	629.8		-5.3	
	626.6		-8.3	
	640.5		-15.3	
	498.8	191	-1.6	
	858.2		47.5	
	21,443.0		-18.5	

CUADRO 6

2.5.6. IMPORTACIONES DE BIENES DE CAPITAL

Principales productos
(Millones de dólares)

PRODUCTO	1994	1995	95/94 %	1995 %
BIENES DE CAPITAL	13.321.7		-34.7	
Maquinaria y equipo	1299.9		-28.1	
Transportes	681.9		-17.6	
Equipos de oficina	779.2		-32.3	
Autos	529.6		-13.1	
Tractores	473.1		-19.5	
Equipos de construcción	328.3		-4.1	
Autos de pasajeros	306.7		-5.5	
Autos de carga	532.2		-17.8	
Autos de turismo	365.3		-31.0	
Autos de transporte	165.6		48.7	
Equipos de Metal	7.668.1		-43.6	

CUADRO 7

**2.5.7. PRINCIPALES PRODUCTOS IMPORTADOS
SIN MAQUILA**
(Millones de dólares)

PRODUCTO	1994	1995	95/94 %	1995 %
TOTAL DE IMPORTACIONES	58,879.6	61,799.1	-21.4	100.0
DE Bienes Intermedios	20,613.3	23,819.1	-15.2	38.6
DE Bienes de Consumo	8,565.1	8,500.0	-0.8	13.9
DE Bienes de Capital	2,125.5	2,480.0	-19.0	4.0
DE Materiales	572.2	640.0	16.6	1.1
DE Productos Químicos	1,046.6	1,080.0	-0.2	1.7
DE Productos de Plástico	1,269.9	1,600.0	-28.1	2.6
DE Productos de Metal	716.5	720.0	-4.0	1.2
DE Productos de Madera	448.0	480.0	42.7	0.8
DE Productos de Textil, Cuero y Caucho	1,226.2	1,600.0	-48.7	2.6
DE Productos de Papel y Gráfica	629.8	650.0	-5.3	1.1
DE Productos de Hierro y Acero	681.9	750.0	-17.6	1.2
DE Productos de Vidrio y Cerámica	625.0	650.0	-8.3	1.1
DE Productos de Madera y Papel	640.5	850.0	-15.3	1.4
DE Productos de Plástico y Caucho	732.2	950.0	-32.3	1.5
DE Productos de Metal	405.5	420.0	-1.6	0.7
DE Productos de Textil, Cuero y Caucho	445.6	450.0	4.8	0.8

De los 15 principales productos que importó México en 1995, nueve corresponden a bienes intermedios (insumos para la producción), tres a bienes de capital (maquinaria y equipo) y tres a bienes de consumo. En cuanto a su monto, 12 lo disminuyeron respecto a 1994 y sólo tres lo elevaron: partes para computadoras, pasta de celulosa y gasolina.

La industria automotriz es con mucho la rama más importante del comercio exterior del país. Las importaciones de materiales de ensamble, motores y refacciones totalizaron 7 mil 726 millones de dólares en 1995 (-9.8% respecto a 1994) representando el 16.7% de las importaciones totales.

CUADRO 8

2.5.8. BALANZA COMERCIAL ENERO - DICIEMBRE DE 1995
 Por sector de origen y tipo de bien
 (Millones de dólares)

SECTOR EXPOR- IMPORTACIÓN SALDO
 TACIÓN Total Consumo intermedio capital

	79,824	5,335	8,697
	48,512	5,335	8,697
	8,453	644	0
	7,460	0	0
	658	644	0
	340	0	0
	74,371	4,692	8,697
	4,016	238	42
	545	0	0
	66,810	4,454	8,655
	31,314	0	0
	35,499	4,454	8,655

Las empresas del ramo de maquila operan en un circuito casi cerrado de importaciones en el que la economía nacional tiene poco que ver; sólo aprovechan la mano de obra barata, ya que los componentes nacionales escasamente representan el 2% de sus insumos.

Así sin maquila, las exportaciones de México en 1995 totalizaron 48 mil 512 millones de dólares y las importaciones, 46 mil 297 millones, arrojando el saldo superavitarario de 2 mil 215 millones.

El petróleo y sus derivados siguen siendo, como producto, los mayores aportadores de divisas al país (6 mil 220 millones de dólares en 1995), aun cuando se registraron altos volúmenes de importaciones de petroquímicos (900 millones) y de otros derivados del petróleo (un mil 227 millones), que en gran medida deberían ser de producción nacional para evitar el déficit externo que en estos rubros ascendió a un mil 134 millones de dólares.

El sector agropecuario, las exportaciones crecieron en 49.9% el año pasado para totalizar 4 mil 16 millones; las compras al exterior de estos productos ascendieron a 2 mil 612 millones, lo que arroja una balanza positiva en un mil 404 millones.

En el sector extractivo (sin petróleo), las exportaciones crecieron fuertemente al 52.8% en 1995. Las importaciones ascendieron a 469 millones, lo que arroja un saldo favorable de 76 millones de dólares.

CAPITULO 3

TRÁMITES PARA LA EXPORTACIÓN

El presente capítulo está dividido en tres partes principales: documentos trámites para la exportación, regulaciones arancelarias y regulaciones no arancelarias, de las cuales a lo largo de su desarrollo presentan todos los aspectos que debe tomar en cuenta una empresa desde el momento de iniciar operaciones en el extranjero. Todo el capítulo es una investigación bibliográfica de una publicación que hizo en 1995 el Banco Nacional de Comercio Exterior con información necesaria para aquellas empresas que van iniciando operaciones de exportación.

3.1. DOCUMENTOS Y TRÁMITES DE EXPORTACIÓN

3.1.1. FACTURA COMERCIAL

"Para fines aduaneros, en México es posible exportar sin factura, pero en el país de destino es necesario que todo embarque se ampare con una factura comercial. Esta se debe presentar en original y seis copias con firma autógrafa, en español o en inglés. Debe incluir la siguiente información:

- Aduana de salida del país de origen y puerto de entrada del país de destino.
- Nombre y dirección del vendedor o del embarcador.
- Nombre y dirección del comprador o del consignatario.
- Descripción detallada de la mercancía. Asimismo, la factura debe incluir el nombre con el que se conoce la mercancía, el grado o la calidad, la marca, los números y los símbolos que utiliza el fabricante, relacionando cada renglón con los bultos o la lista de empaque; no debe contener descripciones numéricas, ambiguas o confusas.
- Cantidades, peso y medidas del embarque.

- Precio de cada mercancía enviada especificando el tipo de moneda. El valor de la operación debe expresarse en moneda de inmediata convertibilidad (dólares estadounidenses, marcos, libras, etc.) y señalar su equivalente en *moneda nacional (sin incluir IVA)*.
- Tipo de divisa utilizada.
- Condiciones de venta "LAB (FOB), CSF (CIF), lugar, destino". Los montos por concepto de flete, primas de seguro, comisiones y costo de embalaje para el transporte deben desglosarse en caso de que el cliente lo solicite o según las condiciones de venta. En el país de destino, estos conceptos pueden ser parte de la base gravable para calcular los impuestos a la importación.
- Lugar y fecha de expedición. Si la factura se compone de dos o más hojas, éstas deben numerarse consecutivamente." (Guía para el Exportador 1995; 41)

3.1.2. LISTA DE EMPAQUE

"La lista de empaque es un documento que permite al exportador, la transportista, a la compañía de seguros, a la aduana y al comprador, identificar las mercancías y saber qué contiene cada bulto o caja, por lo que debe realizarse un empaque metódico, que debe coincidir con la factura. Con la lista de empaque se garantiza al exportador que en el tránsito de sus mercancías se disponga de un documento claro que identifique el embarque completo y que, en caso de percance, permita hacer las reclamaciones correspondientes a la compañía de seguros.

En la lista se indicará:

La cantidad exacta de los artículos que contiene cada caja, bulto, envase u otro tipo de embalaje.

- En cada bulto o caja se deben anotar, en forma clara y legible, los números y las marcas que lo identifiquen, mismos que deben relacionar en la factura,

escribiendo al lado la descripción de cada una de las mercancías que contiene. Se debe procurar empacar junta la mercancía del mismo tipo, ya que esto simplifica la revisión de la aduana y evita que aquélla sea más profunda.

Un embarque confuso (que contenga mercancías diferentes en un solo paquete y que no estén debidamente relacionadas) propicia que el funcionario de la aduana, al tratar de establecer la cantidad de un solo tipo de mercancía, verifique todos los bultos o cajas. Ello genera gastos de maniobra no considerados, aumentando así el costo del producto, las demoras en la entrega y los riesgos para el buen resguardo de las mercancías.

- En este desglose debe indicarse la fracción arancelaria de la mercancía
- Valor, peso y volumen (describiendo el tipo de empaque y embalaje utilizados) pero siempre en forma detallada, agregando la información específica de que se disponga, como el análisis químico
- Es recomendable indicar la medida de los bultos, pues en algunos casos el flete se cotiza por la relación peso- volumen-valor del embarque
- La lista de empaque la elabora el exportador en original y seis copias, se utiliza como complemento de la factura comercial y se entrega al transportista.”

(Ibidem;42)

3.1.3. TRANSPORTE

“El transporte permite que el consumidor tenga oportunamente el producto en el estante y a buen precio; por tanto puede determinar la venta de una mercancía. La transportación es uno de los factores significativos del costo de una operación de comercio internacional y puede acarrear el fracaso o el éxito de una empresa.” (Ibidem; 43)

Características

"Para competir con éxito en los mercados internacionales, es requisito indispensable efectuar un análisis exhaustivo del medio de transporte. Un parámetro importante de este análisis son los costos y la oportunidad en la entrega. Por ejemplo, en el caso de productos perecederos cuya vida comercial es corta y el envío será a destinos lejanos, poco se tiene que analizar para decidir que la vía aérea es el medio idóneo. En cambio, en el caso de productos manufacturados, cuyo peso y volumen son altos y que el mar separa al vendedor del comprador, lo mas recomendable es la vía marítima. Sin embargo, no en todos los casos es fácil decidir el medio de transporte, sea terrestre (ferrocarril o camiones), marítimo, aéreo o una combinación de dos o varios.

El costo de transporte no repercute en forma significativa en el precio de productos como los electrónicos; caso distinto es la madera y, aún más, la sal. En este último el transporte es el costo más representativo para fijar el precio final.

Además del precio, se deben considerar otros factores para elegir el medio de transporte, ya que si el servicio del transportista es irregular, difícilmente se tendrá una entrega a tiempo. Ello genera frecuentes quejas de los clientes o incluso la pérdida de ellos.

Para el transporte es necesario considerar todo el recorrido de la mercancía, de acuerdo con la negociación pactada. En función de lo anterior, algunos medios que se utilizan son los siguientes:

- Desde la fábrica hasta el puerto o el aeropuerto de salida
 - Tren
 - Camión
 - Combinación de éstos.

- Desde el puerto o el aeropuerto de salida, hasta el puerto o el aeropuerto de llegada
 - Barco
 - Avión
- Desde el puerto o el aeropuerto de salida, hasta el almacén del comprador final
 - Tren
 - Camión
 - Barcaza
 - Piggy-Back (semirremolques en plataforma de tren)
 - Multimodal (combinación).

También debe tomarse en cuenta la manera en que el cliente desea recibir su producto: en camión cerrado o en camión plataforma. Si la lluvia, el hielo, la nieve o el calor perjudica la carga, habrá que optar por un semirremolque de caja o de contenedores. Otro elemento de consideración es la confiabilidad de los almacenes o de los puertos por los que cruce la mercancía con el objeto de disminuir la posibilidad de robo.

Otro elemento para decidir los medios idóneos de transporte es el costo financiero del capital invertido en los inventarios, en tránsito y en bodega. Cuando éstos son elevados, el transporte más rápido será el más deseable. Mientras más lento es un transporte más bajas son sus tarifas; sin embargo, el costo financiero se eleva por el inventario requerido.

El valor unitario, el peso y el volumen del producto tienen mucha importancia en los costos de transporte. Las relaciones valor-peso y valor-volumen son variables fundamentales para tomar una decisión.

En aquellos productos con una relación valor alto-peso bajo o valor alto-volumen bajo. los costos del transporte tienden a reducirse, en tanto que los de inventarios tienden a aumentar, por ejemplo:

- En el caso de los aparatos electrónicos, el peso del costo del transporte en el precio final es reducido. No obstante, un inventario elevado como resultado de utilizar un medio de transporte poco costoso y lento (15 a 19 días de viaje), genera un alto costo por la elevada inversión que se requiere;
- En contraparte, si recurre a un transporte rápido (2 días) se requiere una cantidad menor de mercancía. Ello implica un menor capital invertido y por ende un costo financiero inferior al que genera un transporte lento. Con ello el beneficio económico final se optimiza." (Ibidem; 44)

3.1.3.1. Documento de Transporte

"Es el título de consignación que expide la compañía transportista, en original y seis copias, en el que se indica que la mercancía se ha embarcado con un destino determinado y se hace constar la condición en que se encuentra. A partir de ese momento, el transportista es responsable del envío y la custodia de la mercancía hasta el punto de destino, de acuerdo con las condiciones pactadas. Este título se incluye en la documentación que se envía al importador. Los términos del documento de transporte deben, por supuesto, coincidir con los de la carta de crédito o en su caso con los del contrato de venta y la factura. Dependiendo del medio de transporte que se utiliza, este documento se denomina:

- Guía aérea (Air Waybill) (aéreo).
- Conocimiento de embarque (Bill of Lading) (marítimo).
- Carta de porte (auto transporte).
- Talón de embarque (ferrocarril).

El documento debe coincidir con lo señalado en los documentos citados (factura, lista de empaque, etc.), en lo referente a la descripción de la mercancía, las características del embalaje y las cantidades (por ejemplo; 20 bultos, 10 cajas, etc.).

Asimismo, se debe conservar su copia del documento de transporte pues constituye un respaldo en caso de problemas." (Ibidem;)

3.1.4. SEGUROS

3.1.4.1. El Seguro de Transporte de Carga

"El seguro se constituye de una serie de coberturas que tienen como propósito resarcir al asegurado por las pérdidas o los daños materiales que sufran los bienes muebles o semovientes objeto de transporte por cualquier medio y las combinaciones de éstos. Lo puede contratar quien tenga interés en la seguridad de los bienes durante su transporte al destino final.

Durante el tránsito de los bienes se cubren los riesgos por pérdida total o parcial y por daños materiales que sufran los bienes como consecuencia de algunos de los siguientes siniestros: incendio, explosión, hundimiento, colisión, caída de aviones, volcaduras y descarrilamiento.

Cuando hay una solicitud expresa del cliente, la cobertura puede ampliarse a riesgos adicionales como pueden ser: robo de bulto por entero o parcial, contacto con otras cargas, manchas, roturas, derrame, oxidación y mojadura de agua ya sea dulce o de mar.

Para cubrir riesgos especiales, las empresas aseguradoras realizan un análisis previo y lo efectúan por convenio expreso. Tales riesgos son: huelgas y alborotos populares, guerra, robo con violencia o asalto a mano armada,

desviación o cambio de ruta, transbordo u otra variación en la ruta, así como almacenaje en exceso durante su tránsito.

Nunca se otorgará cobertura para los siguientes aspectos: violación a cualquier ley o reglamento, demora, pérdida de mercado, dolo o culpa grave del asegurado, robo en el que intervenga directa o indirectamente un enviado, empleado o dependiente del asegurado, falta de peso por evaporación o pérdida de humedad, así como derrames por envase o embalaje deficiente.

Los seguros tienen vigencia desde el momento en que los bienes quedan a cargo del porteador para su transporte, continúa durante el curso normal de su viaje y termina con la descarga de los bienes en su destino final, en cuyo caso la protección es por el viaje completo. Cuando se solicita sólo por el recorrido desde el puerto marítimo o aduana terrestre de entrada al país hasta el punto de su destino final, se considera como seguro intermedio o parcial.

La suma máxima de responsabilidad debe ser el total de valor factura adicionando fletes, derechos o impuestos de importación y demás gastos propios de la transacción comercial internacional. En algunos casos las empresas aseguradoras aceptan, previa negociación, un aumento de hasta 20% del valor de la mercancía por concepto de "ganancia".

En caso de siniestro se debe enviar un escrito de reclamación dentro del plazo establecido en la póliza (generalmente 60 días después del aviso de pérdida) adjuntado lo siguiente:

- Copia certificada de la protesta del capitán del buque (vía marítima).
- Certificado de daños.
- Factura y documentos probatorios de gastos incurridos con motivo del transporte (maniobras, etc.).

- Copia del conocimiento de embarque.
- Copia de la reclamación a los porteadores.

Los seguros se pueden contratar para un viaje específico o bien adquirir una póliza anual." (Ibidem;45)

3.1.4.2. Reclamación al Transportista o Porteador

"Cuando un embarque tenga señales de avería antes de darse por recibido se debe:

- Hacer por escrito la reclamación al porteador o transportista.
- Solicitar la inspección de los bienes y la certificación de daños al Comisario de Averías de la Compañía, agente local de Lloyds, notario público, autoridad judicial, postal o política local, en ese orden excluyente y según sea el lugar de los hechos.
- Dar aviso a la empresa aseguradora.

Estos actos se deben efectuar en un plazo de cuatro días hábiles después de la terminación del viaje o en el momento en que se tenga conocimiento del siniestro, siempre y cuando la transportación no llegue a su destino." (Ibidem;46)

3.1.4.3. Sobre Riesgos Comerciales

"En México este seguro cubre exclusivamente riesgos de carácter comercial originados por la incapacidad financiera del importador para cubrir sus deudas; es decir, insolvencia.

Los tipos de insolvencia que cubre este seguro son los siguientes:

- **Insolvencia legal:** ocurre cuando existe una declaración judicial de quiebra, suspensión de pago o algún acto jurídico similar que impida el cobro del crédito asegurado.
- **Insolvencia de hecho:** se presenta cuando el deudor se encuentra en una situación económica tal, que el ejercicio de una acción jurídica en su contra para recuperar el crédito resultaría inútil.
- **Mora prolongada:** sucede cuando transcurren seis meses desde el vencimiento del crédito y éste no se ha podido cobrar a pesar de las gestiones efectuadas. De no configurarse antes alguno de los dos tipos de insolvencia citados (legal o de hecho), seis meses es el plazo máximo que puede transcurrir para que el seguro se haga exigible.

Este seguro se tramita de manera independiente a los otros tipos de seguros ante la Compañía Mexicana de Seguros de Crédito. “ (Ibidem)

3.1.4.4. De Responsabilidad Civil

“Uno de los requisitos indispensables para realizar operaciones comerciales en los mercados internacionales, en especial el de Estados Unidos, es la contratación de un seguro de responsabilidad civil que cubra los daños y perjuicios que el uso del producto comercializado pueda ocasionar a terceros. El costo de este seguro puede incorporarse al precio de la exportación o negociarlo con el cliente.

El seguro de responsabilidad civil cubre los daños, así como los perjuicios y el daño moral que el asegurado cause a terceros y por los que éste deba responder, en apego a la legislación vigente en la materia. Tales daños pueden ser por hechos u omisiones no dolosos ocurridos durante la vigencia de la póliza

que causen la muerte, atenten contra la salud o deterioren (o destruyan) los bienes de terceros.

En el caso de los productos de exportación, la cobertura se extiende hacia los países en los que el proveedor concrete sus exportaciones y se sujete a la legislación aplicable en la nación destinataria.” (Ibidem)

3.1.5. Despacho Aduanal

“Quienes exporten mercancías están obligados a presentar ante la aduana un pedimento de exportación, en la forma oficial aprobada por la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, por medio de un agente aduanal. En los casos en que las mercancías estén sujetas al requisito de permiso previo de exportación, el pedimento debe incluir la firma electrónica que demuestre el descargo total o parcial del permiso citado. Dicho pedimento de exportación se debe acompañar de:

- La factura que exprese el valor comercial de las mercancías.
- Los documentos que comprueben el cumplimiento de los requisitos en materia de restricciones o regulaciones no arancelarias.

El despacho aduanero se debe realizar por medio de un agente aduanal, quien está legitimado para actuar a nombre del exportador y generalmente aplica como tarifa de honorarios el 0.18% del valor de la exportación, por la prestación del servicio; se recomienda que en la cuenta de gastos se incluyan los honorarios señalados y otros gastos complementarios que previamente se establezcan, en su caso, por los trámites relacionados con el despacho de las mercancías a exportar.

Podrán ocurrir erogaciones adicionales por demoras, sanciones administrativas, manejos y manipulaciones especiales de las mercancías; en estos casos, el exportador deberá solicitar la aclaración y sustento de estos gastos, para cubrir todos aquellos que son atribuibles a la actuación del agente aduanal.

Del despacho aduanero, resulta el pedimento de exportación, que le permite a la empresa comprobar sus exportaciones ante la SHCP para los efectos fiscales respectivos (devolución o acreditamientos de IVA, principalmente).

Se tiene que pagar el derecho de trámite aduanero (DTA) en cada operación de exportación que se realice. El monto de este derecho se publica en el Diario Oficial de la Federación de acuerdo al índice nacional de precios al consumidor; será función del agente aduanal hacer esta operación cargando el costo en la cuenta de gastos correspondiente.

Será a cargo del exportador el pago de todas las diferencias de dichas contribuciones, multas y recargos que se determinen, si provienen de inexactitud o falsedad de los datos e informes que proporcionó al agente aduanal, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 42 de la Ley Aduanera. Ésta podría llegar a ser una falta grave que pone en riesgo su prestigio fiscal, por lo que deberá proporcionar al agente aduanal datos e informes veraces y exactos.

El agente aduanal será responsable solidario de la veracidad y exactitud de los datos e información suministrados, de la determinación del régimen aduanero de las mercancías, de la clasificación arancelaria y de las contribuciones causadas, así como del cumplimiento de las demás obligaciones que en materia de restricciones o regulaciones no arancelarias se apliquen para dichas mercancías.

Los documentos que se deben anexar al pedimento deberá proporcionarlos el exportador, incluyendo la carta de encomienda, mediante la cual, bajo protesta de decir verdad, girará las instrucciones al agente aduanal para realizar el despacho aduanero en forma clara y precisa.

Los documentos que normalmente se requieren para el despacho aduanero de exportación son:

- Copia del Registro Federal de Contribuyentes (RFC), con homoclave e información del domicilio fiscal de la empresa.
- Factura comercial, por triplicado y con el monto expresado de preferencia en dólares estadounidenses.
- Carta de encomienda para el embarque de su mercancía.
- Contar con la reservación de la agencia naviera para efectuar el embarque de la mercancía, en caso de tratarse de un despacho por aduana marítima; si no se cuenta con dicha autorización dar instrucciones a la agencia aduanal para que solicite la autorización por cuenta del exportador.
- Si se trata de contenedores, solicitar con el tiempo el envío de los contenedores vacíos para ser cargados con la mercancía a exportar y que se encuentren en puerto listos para su embarque con tres días de anticipación.
- Si la clase o naturaleza de la mercancía así lo requiere deberá de contar con lo siguiente:
 - Permisos o autorizaciones.
 - Certificados de análisis químicos.
 - Lista de empaque.” (Ibidem;47)

3.1.6. CERTIFICACIÓN DE CALIDAD Y CUANTIFICACIÓN DE MERCANCÍAS

“Los riesgos inherentes a las operaciones de comercio exterior pueden reducirse acudiendo a empresas internacionales que vigilan e inspeccionan la

carga, a fin de asegurar el cumplimiento de las normas pactadas, las características de estas empresas son:

- Cuentan con una red internacional de expertos en diferentes temas técnicos, contratos en exclusiva por las empresas mencionadas, las cuales operan en la mayoría de los puertos y centros industriales del mundo.
- Cuentan con reconocimiento oficial para ciertos actos en la mayoría de los países; además tienen la representación de gobiernos o entidades de corte internacional.
- Brindan una extensa gama de servicios, que se refieren a operaciones de comercio exterior; algunos de ellos:
 - supervisión de calidad, cantidad y peso
 - supervisión de embarque, estiba o descarga
 - supervisión de temperaturas
 - supervisión de fumigaciones
 - control de calidad
 - cantidad de cargas y descargas en buques e inspección previa para asegurar su limpieza
 - supervisión e inspección de embalaje.
 - inspección e evaluación de productor conforme a normas internacionales.” (Ibidem;49)

3.1.7. Certificados de Origen

El certificado de origen es, formalmente, el documento en donde se manifiesta que un producto es originario del país o de la región y que, por tanto, puede gozar del trato preferencial arancelario. Por tanto, es un documento necesario para el desaduanamiento de las mercancías en cualquier parte del mundo, cuando se pretende tener acceso a tratamientos arancelarios preferenciales.

El certificado de origen por lo general acompaña al embarque. Sin embargo, este mecanismo se ha modificado a raíz de los tratados que México ha firmado recientemente, por lo que hoy, un certificado de origen puede amparar varias operaciones y ser válido hasta por un año. En la explicación sobre cada tratado o acuerdo de comercio se menciona el uso del certificado de origen, que permitirá al empresario mexicano gozar de preferencias arancelarias en los mercados de destino. Asimismo, al final se mencionan otros certificados de origen de uso frecuente." (Ibidem;62)

3.2.REGULACIONES ARANCELARIAS

3.2.1. ¿QUE ES UN ARANCEL?

"El arancel es un impuesto que se aplica en el comercio exterior para agregar valor al precio de las mercancías en el mercado de destino. Se gravan las mercancías que se importan a fin de proteger a las similares que se fabriquen en el país. Por su parte, los aranceles a la exportación, aunque se establecen en casos excepcionales, tienen igual finalidad protectora, pero en este caso, la contribución disminuye el ingreso real del comerciante, con el objetivo de asegurar el abastecimiento del mercado nacional. El arancel puede asumir múltiples formas. " (Ibidem;59)

A continuación se describen los aranceles más usuales:

3.2.1.1. Ad Valórem

"El arancel ad valórem se emplea en la mayoría de las tarifas de importación y se expresa en términos porcentuales del valor en aduana de la mercancía. Este impuesto de importación se calcula con base en el valor de la factura, el cual debe determinarse conforme a las normas internacionales previstas en el artículo VII del Acuerdo de la Organización Mundial de Comercio

(OMS antes GATT). En ese artículo se define que el valor de aduana es el valor de un bien objeto de transacción comercial, por lo que la base gravable para el cobro del impuesto de importación es el precio pagado o por pagar que se consigna en la factura, siempre y cuando se cumpla con lo establecido en el propio artículo VII.

En algunos países al valor de transacción se le suman los gastos del flete hasta el punto de exportación, así como los correspondientes a la manipulación de la mercancía, es decir, utilizan el valor LAB (libre a bordo) o en inglés FOB (free on board). Ésta es la figura aplicada por la legislación mexicana.

En otras naciones al valor FOB o LAB se le agrega el costo del flete internacional y del seguro, siendo una base CFS (costo, seguro y flete) o en inglés CIF (*Cost, Insurance Freight*) para aplicarle a la suma de lo anterior la tasa del impuesto de importación.” (Ibidem)

3.2.1.2. Arancel Específico

“El arancel específico se expresa en términos monetarios por unidad de medida; por ejemplo: US\$5.00 por metro de tela; US\$150.00 por cabeza de ganado. En este caso, el valor real, calculado o ficticio de la mercancía no tiene ninguna trascendencia fiscal. Así, con base en estos ejemplos, en el arancel específico no se considera si el precio de la tela es muy elevado o muy bajo (a diferencia del ad valórem que sí diferencia precios y calidades).

Este mecanismo de gravamen fue usado de manera generalizada, antes de entrar en la nueva era del Comercio Internacional; a la fecha, se sigue usando de manera excepcional, cuando se requiere controlar de manera muy especial el manejo de ciertas mercancías. “ (Ibidem)

3.2. 1.3. Arancel Mixto

“El arancel mixto es una combinación de los dos anteriores; por ejemplo: 5% ad valorem más US\$1.00 por metro cuadrado de tejido poliéster.” (Ibidem,60)

3.2.1.4. Tratamientos Arancelarios

“Los países pueden otorgar diversos tratamientos arancelarios en función del origen de las mercancías que llegan a sus aduanas. Por ello, su tarifas de importación pueden constar hasta de tres columnas:

- La primera, identifica el arancel general que aplica a todos los países miembros de la OMS y que generalmente es tratamiento de nación más favorecida.
- La segunda, corresponde al arancel aplicable a mercancías originarias de países a los que se concede trato preferencial (arancel inferior al general o exención del mismo) como resultado de un convenio comercial.
- Puede haber una columna donde se encuentran los aranceles a las mercancías de países a los que se ha impuesto una sanción o castigo económico, por lo que su arancel es superior al general. Es el llamado trato diferencial.” (Ibidem)

3.2.1.5. Medidas Antidumping y Compensatorias

“Aún cuando estas medidas no son arancelarias, cuando son impuestas se cobran de igual forma que las arancelarias en las aduanas; ellas obedecen su aplicación al artículo VI de la OMS. Las aplica un gobierno cuando otro otorga subsidio como un beneficio económico que concede a sus productores, con el propósito de ayudarles a lograr una mayor competitividad de sus bienes en la exportación.

El dumping consiste en la venta de un producto en un mercado extranjero a un precio discriminatorio inferior al de su valor comercial normal en el mercado del país exportador o en terceros países.

A fin de protegerse de las dos prácticas anteriores los gobiernos pueden aplicar cuotas compensatorias y antidumping, que consisten en el arancel que impone un país a las importaciones provenientes de otro porque se considera que están vendiéndose en condiciones de dumping y por lo tanto están amenazando o causando un daño a la industria local.

A manera de ejemplo, las exportaciones mexicanas soportan estos gravámenes en los siguientes productos:

Estados Unidos	Cemento hidráulico y clínker Placa de acero al carbón Lámina galvanizada
Argentina	Resina de PVC
Unión Europea	Encendedores desechables “ (Ibidem)

3.2.2. CLASIFICACIÓN ARANCELARIA

“Las mercancías deben identificarse al pasar por las aduanas, a fin de definir su situación arancelaria, qué arancel les corresponde (general, preferencial o exención), establecer correctamente los impuestos aplicables y vigilar el cumplimiento de las regulaciones no arancelarias que se aplican en las aduanas (permisos previos, cuotas, etc.).

Las mercancías que se integran al flujo del comercio internacional se clasifican con base en el sistema armonizado de designación y codificación de mercancías, el cual ha adoptado la mayoría de los países.

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

- Permite efectuar estadísticas y controles homólogos para la mayoría de países en el mundo, ya que la clasificación de un producto en México, por ejemplo, corresponde a la misma determinación que se aplicará en países que como México utilizan el Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías.
- Permite tener un mismo identificador común en el mundo, a manera de “nombre” común para todos, en todas partes sin importar el idioma.
- Facilita el estudio del comercio exterior, pues mediante cada fracción arancelaria, por ejemplo, se puede determinar cuánto se importa y se exporta de un producto.

Este sistema permite que una misma mercancía se codifique en forma idéntica tanto en las tarifas de importación como en las de exportación de todos los países. Para ello se utilizan los primeros seis dígitos de la clasificación.”

(Ibidem;61)

3.2.3. ACCESO AL ARANCEL PREFERENCIAL EN LOS MERCADOS ESPECÍFICOS

“A fin de incorporarse al dinamismo que se ha observado en la economía internacional, México inició un proceso de transformación, especialmente en el ámbito comercial, basado en una mayor apertura al exterior para lograr ampliar

los espacios comerciales del país y elevar su competitividad en escala internacional.

El Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN) se ha convertido en la piedra angular de este esfuerzo de apertura comercial del gobierno mexicano, pues entre otras cosas concede al país un arancel preferencial para los productos que ingresan al mercado de Canadá y Estados Unidos.

México también ha firmado tratados de libre comercio con Bolivia, Costa Rica, Colombia y Venezuela. En ellos se tomó el TLCAN como base de negociación.

Así, prácticamente todos los conceptos utilizados en el TLCAN para gozar de trato preferencial se han incorporado a otros, con algunas variantes, como el tiempo de validez de los certificados de origen, la forma de validación y la determinación del valor del contenido regional. También existen algunas diferencias, como las que se refieren a las reglas de origen específicas por sector. (Ibidem;62)

3.3. REGULACIONES NO ARANCELARIAS

“Las barreras arancelarias son los impuestos (aranceles) que deben pagar los importadores y exportadores en las aduanas de entrada y salida de las mercancías. También existen las barreras no arancelarias, las cuales resultan más difíciles de conocer, interpretar y cumplir.

El arancel es un instrumento que proporciona transparencia y certidumbre al exportador y al importador. En cambio, las barreras no arancelarias no son tan transparentes, ofrecen poca certidumbre y muchas veces resultan difíciles de interpretar adecuadamente, lo que dificulta su cumplimiento.

El número de barreras no arancelarias existentes es muy amplio. No obstante, se presentan algunas de las más conocidas y utilizadas en el comercio internacional, tanto cuantitativas como cualitativas que son las siguientes:"

(Ibidem;73) Ver figuras 1 y 2.

FIGURA 1

REGULACIONES NO ARANCELARIAS CUANTITATIVAS

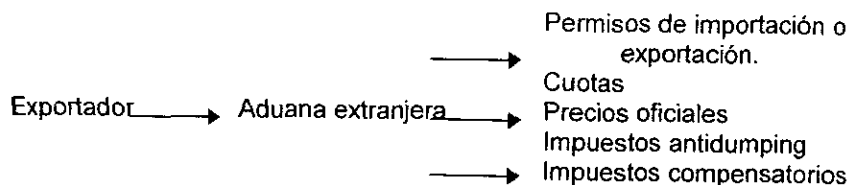
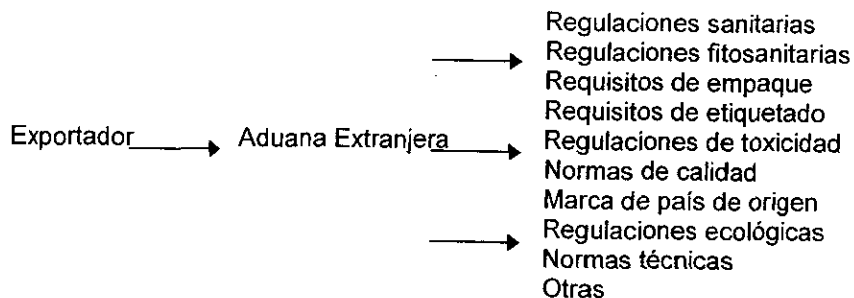


FIGURA 2

REGULACIONES NO ARANCELARIAS CUALITATIVAS



En muchos casos un exportador puede tener una preferencia arancelaria total (arancel cero), pero su producto puede ser detenido en la aduana del país importador por no cumplir con alguna regulación no arancelaria." (Ibidem)

3.3.1.Regulaciones de Etiquetado

“Las normas de etiquetado constituyen una de las principales regulaciones de los mercado importadores más importantes.

¿En qué consiste una regulación de etiquetado?

Estas regulaciones son los requerimientos que deben de cumplir los fabricantes, los exportadores y los distribuidores de un producto, sobre todo cuando su destino es el consumidor final.

La etiqueta sirve para que el consumidor conozca no sólo la marca del producto, sino también aspectos como el contenido y los ingredientes con que se ha elaborado.

¿Cómo elaborar una etiqueta?

Antes de realizar algún gasto en el etiquetado, el exportador debe conocer las regulaciones específicas de etiquetado que el mercado de destino establece al producto que se ha de comercializar.

Para ello, puede consultar a su propio cliente extranjero, quien tal vez conozca las regulaciones de su país. También puede recurrir a un consultor especializado en estas regulaciones, o bien solicitar la opinión y aprobación de su etiqueta directamente a las entidades normativas que establecen estas regulaciones en el país importador.

Habrá de tener en cuenta que, como cualquier otra regulación, las normas de etiquetado pueden modificarse en cualquier momento. Por ello, es conveniente *asegurarse de contar con la información vigente.*

¿Quién aplica las regulaciones de etiquetado?

En cada país existe alguna autoridad normativa que se encarga de establecer y hacer cumplir las regulaciones de etiquetado de los productos que se han de comercializar en ese mercado.

Por ejemplo, en Estado Unidos la Food Drug Administration (FDA) es la encargada de vigilar y aplicar las regulaciones de etiquetado en ese país; en Canadá, la responsabilidad recae en el Agricultura Canadá: Label Section/Food Production and Inspection Branch.

¿Cuáles son los aspectos principales que cubren las regulaciones de etiquetado?

Las regulaciones de etiquetado varían según el tipo de producto: por ejemplo, los requerimientos para un alimento procesado y envasado son distintas de las de los textiles y la prenda de vestir.

Los principales mercados de importación de alimentos procesados y envasados han establecido las "etiquetas nutricionales", es decir, que incluyen información sobre los componentes nutricionales de los alimentos.

Los componentes nutricionales que se deben incluir en la etiqueta de los alimentos procesados son, principalmente, los siguientes:

- Calorías
- Grasas
- Colesterol
- Sodio
- Carbohidratos
- Fibras
- Azúcares
- Proteínas
- Vitaminas
- Calcio

Las etiquetas de los productos textiles y las prendas de vestir deben proporcionar, entre los más importantes, los siguientes datos:

- Los nombres de los componentes o las fibras y sus porcentajes respectivos,
- el cuidado que la prenda requiere (como lavarla y plancharla),
- las tallas de las prendas en números o en letras.

¿Qué otros elementos pueden incluirse en las regulaciones de etiquetado?

Otros aspectos en materia de etiquetado que debe atender el exportador son:

- Las etiquetas han de incluir:
 - Ç el nombre comercial del producto,
 - Ç el nombre y dirección del productor o exportador, y
 - Ç el país de origen,
 - Ç el peso neto del producto, en algunos casos.
- Los datos se deben expresar en el idioma del país importador con un tamaño de letra proporcional a las dimensiones de la etiqueta. “ (Ibidem;75)

3.3.2. Normas Técnicas

“Las normas técnicas establecidas en cada país se refieren a las características y propiedades técnicas que debe de tener una mercancía en un mercado específico.

El cumplimiento de estas normas técnicas permite garantizar a los consumidores que los productos que adquiere cuentan con la calidad, la seguridad y las especificaciones de fabricación adecuadas para proporcionarle la utilidad buscada.

Dichas normas se señalan en documentos aprobados por una institución reconocida que establece, para su uso común y repetido, reglas, directrices o características para bienes o procesos, cuya observancia no sea obligatoria.

En estas normas se expresan directrices sobre medidas, tamaño, dimensiones, comprensión, inflamabilidad, entre otras, aplicables a productos específicos.

En ocasiones, pueden incluir preceptos de terminología, símbolos, embalaje, mercado, etc., aplicables a un bien o proceso de producción.

¿Qué dependencias o entidades establecen las normas técnicas?

Las normas suelen establecerlas organismos privados (en algunos países pueden ser las entidades gubernamentales) y no necesariamente están encaminadas a regular métodos de manufactura de un producto.

En Estados Unidos, por ejemplo, las normas técnicas de calidad y de inflamabilidad que deben cumplir los colchones y materiales relacionados con su fabricación las establece el Consumer Product Safety Commission (CPSC). En ese mismo mercado, las relativas a los materiales de construcción las establece la Building Officials and Code Administrators International Inc. (BOCA).

¿Cuántos tipos de normas técnicas existen?

Para cada mercancía o grupo de productos puede haber una o varias normas. Por ejemplo, las normas establecidas para los materiales de construcción regulan, entre otros factores, la durabilidad y la resistencia a la humedad, el calor, el fuego y la compresión.

Otras especificaciones son las características que puedan exigirse para este grupo de productos, de acabado o tolerancia en las dimensiones del bien.

Algunas normas técnicas se refieren a la seguridad; son las que se aplican a ciertos producto de uso doméstico. Por ejemplo, se hacen pruebas de inflamabilidad a los colchones y materiales de camas, muebles de madera, muebles tapizados, juguetes. En ellos se deben de cumplir con requisitos como la resistencia, la inflamabilidad, etc.

En otros casos, las normas se pueden referir a que las sustancias químicas con las que están elaborados los productos y materiales no sean tóxicas o venenosas y representen, por ello, un peligro para la salud humana.

Estas regulaciones se aplican a los productos que usan y tienen contacto con los niños, como las plastilinas, las pinturas, los crayones y los juguetes en general.

¿El cumplimiento de estas normas es obligatorio?

La comercialización de las mercancías está sujeta a la observancia de ciertas regulaciones técnicas y de calidad que en ciertos países pueden ser obligatorias y en otros voluntarias.

Por ello, es importante que el exportador conozca las normas técnicas de cumplimiento obligatorio en el país de destino a fin de que sus productos puedan ingresar en el mercado.

Una de las normas técnicas obligatorias son las pruebas de inflamabilidad que se aplican a colchones y camas en el mercado estadounidense.

En cambio, para comercializar calzado, en ciertos países hay regulaciones técnicas y de calidad cuyo cumplimiento no es obligatorio.

Al cumplir la norma, el producto obtiene una certificación de calidad que se hace constar en "selfos" o etiquetas que se adhieren al bien en cuestión.

De esta manera el consumidor se entera de que el producto que tiene en sus manos cumple con las especificaciones técnicas requeridas.

¿Quién aplica las pruebas técnicas para determinar si cumple con las normas?

Las pruebas técnicas para determinar si un producto cumple con las normas dispuestas las pueden realizar laboratorios autorizados, o bien las asociaciones o institutos que las establecieron.

En Canadá, la Canadian Standards Association realiza pruebas para determinar si un producto, como por ejemplo el calzado industrial, cumple con las normas.

Por su parte el American National Standards Institute verifica en Estados Unidos que los productos cumplen con los procesos y criterios aprobados.

¿Cuáles son los pasos a seguir para obtener la certificación de un producto?

Antes de someter un producto a un programa de certificación, conviene conocer las normas que se aplican en el mercado de importación. Es recomendable que el productos designe a una persona de su empresa que tenga experiencia en normas.

Después, se sugiere que el mismo exportador realice las pruebas al producto, para lo cual puede solicitarse apoyo a la entidad del país importador que establece la norma.

Cuando se solicite la certificación del producto, es preciso evitar información detallada del producto que permita conocer las características y los usos para los que fue diseñado.

Cuando dicha información la recibe el organismo que va a realizar las pruebas, envía al solicitante diversos requerimientos, como el número de muestras, el costo de las pruebas, etc. " (Ibidem;79)

3.3.3. Otras Barreras No Arancelarias

3.3.3.1. Normas de Calidad

"Es importante señalar que existen normas internacionales de calidad adoptadas por un número cada vez mayor de países.

Destacan entre estas las normas de calidad conocidas como ISO 9000.

Cabe señalar que aunque cada mercado de exportación tiene sus propias normas de calidad para cada producto, muchos países desarrollados, sobre todo los europeos, tienden a adoptar normas estandarizadas. Esto significa que cada país tendrá en el futuro cercano normas comunes aceptadas internacionalmente.

Ejemplo de lo anterior es la ISO 9000 una norma internacional de calidad para la comercialización de productos.

¿Cuáles son las características y objetivos principales de la ISO 9000?

Con las normas de la ISO 9000 se certifica el proceso productivo de la empresa, lo que significa también la certificación del producto.

El objetivo que se persigue con estas normas es obtener la calidad total o *la más alta posible de los productos.*

Cabe señalar que las diversas normas para la certificación de calidad incluidas en la ISO 9000 difieren según el proceso de producción particular de que se trate. Se incluyen también aspectos contractuales entre comprador y vendedor, incluyendo a los proveedores de los insumos.

La ISO 9001 incluye directivas de la calidad en la administración, y engloba lo dispuesto en las directivas 9002 y 9003, así como aspectos de diseño, producción, instalación y servicios.

La ISO 9002 incluye directivas para la prevención y la corrección de problemas que pudiesen presentarse durante la fase de producción.

La ISO 9003, por su parte, incluye directivas para la detección y prevención de problemas en la fase de inspección final de un producto.

Finalmente, la ISO 9004 incluye directivas encaminadas a la administración de calidad." (Ibidem;81)

3.3.4. Recomendaciones Al Exportador

"Para evitar problemas en el cumplimiento de regulaciones no arancelarias es conveniente que, antes de realizar su operación comercial y hacer el embarque, el exportador se informe y se asesore para comprobar que, en la medida de lo posible, su producto cumpla con las disposiciones no arancelarias del mercado destino.

¿A qué fuentes de apoyo y asesoría se puede acudir? Ver figura 3

El exportador puede establecer una estrecha relación con su cliente en el extranjero o con su importador, quien muy probablemente conoce las regulaciones no arancelarias que rigen en su mercado.

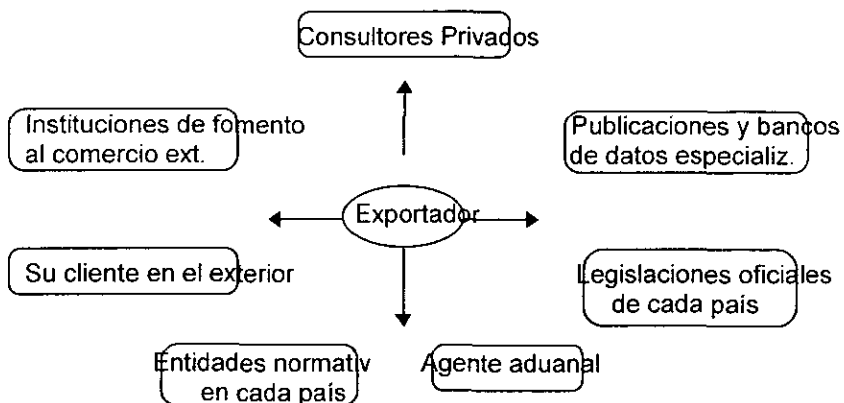
El exportador puede también consultar al agente aduanal o bien a las autoridades comerciales del país importador.

Asimismo, es posible solicitar apoyo de las entidades oficiales de fomento a la exportación existentes en cada país (en México, por ejemplo, se puede acudir a Bancomext).

Otra opción es consultar a entidades normativas de cada país.

También se pueden consultar publicaciones especializadas que incluyan estos temas, así como la legislación oficial vigente." (Ibidem;82)

3.3.4.1. PRINCIPALES FUENTES DE APOYO Y ASESORÍA QUE PUEDE CONSULTAR UN EXPORTADOR SOBRE REGULACIONES NO ARANCELARIAS VIGENTES EN CADA MERCADO



Fuente: Guía para el Exportador, 1995; 82

CAPITULO 4

SITUACIÓN ACTUAL DE LAS EXPORTACIONES EN LA EMPRESA ELEGIDA: "ACCESORIOS MUSICALES, S.A. DE C.V."

Este capítulo trata la situación actual de como la empresa lleva a cabo sus exportaciones a través de: su sistema de mercadeo, políticas de venta y clientes actuales. La empresa describe su sistema de mercadeo y políticas de venta del mercado nacional, de la siguiente forma:

4.1. SISTEMA DE MERCADEO

4.1.1. MERCADO NACIONAL

El sistema de mercadeo a nivel nacional opera de la siguiente manera:

*A través de agentes o representantes: distribuidos 1 en cada una de las zonas (mencionadas en el capítulo 1) en que la empresa tiene dividida la República Mexicana. Todos los agentes en cada uno de sus viajes llevan consigo catálogos, listas de precios y muestras de algunos de los productos. Los agentes realizan actividades de toma de pedidos, instruyen a los clientes sobre los nuevos artículos, promociones y buscan además nuevos clientes.

*Directamente: la empresa cuenta con un departamento que atiende telefónicamente a los clientes, brindándoles servicios de:

- Información sobre nuevos precios y promociones
- Toma de pedidos
- Orientación sobre productos

4.1.1.1. POLÍTICAS DE VENTA DEL MERCADO NACIONAL

Las políticas de venta que la empresa maneja, son las siguientes:

- Liquidación de facturas a los 22 días fecha de factura
- 6% de interés mensual a partir de la fecha de vencimiento de la factura
- Los precios que se presentan en las listas son netos (ya tienen el descuento incluido) solamente hay que aumentarles el I.V.A.
- 5% de descuento extra por pronto pago (a más tardar en 10 días)
- 7% de descuento extra por pago anticipado (sujeto a cotización)

Por ningún motivo se le debe pagar a los representantes en efectivo, cheque al portador ó abono a alguna cuenta que no sea de la empresa.

Todos los pagos deberán ser hechos con cheque para abono en cuenta exclusivamente a nombre de Accesorios Musicales S.A. DE C.V. o bien se puede depositar a dos números de cuenta que tiene la empresa.

Los pedidos serán surtidos y enviados a más tardar en 3 días a partir de la fecha en que el pedido sea recibido en la empresa y éstos serán enviados por estafeta.

No es necesario que los clientes esperen a los representantes para entregarles el pago de sus facturas, porque ellos tienen otros lugares que visitar y no alcanzan muchas veces a llegar con ellos en la fecha de vencimiento de sus facturas, lo que ocasiona que su saldo presente un atraso y comiencen a generarse intereses en su contra.

Si el cliente desea algún pedido y el agente no ha pasado con ellos, lo pueden hacer por cualquiera de las líneas telefónicas con que cuenta la empresa para que sea enviado lo más pronto posible.

ESTA TESIS
NO DEBE
SALIR DE LA
BIBLIOTECA

Para cambios o devolución de mercancía que le llegue al cliente en mal estado, el periodo máximo es de 15 días.

Para poder surtir pedidos de inmediato sus saldos deben estar en 0.00; es decir todas las facturas deben estar totalmente liquidadas.

4.1.2. MERCADO INTERNACIONAL

La situación actual de sus exportaciones es la siguiente:

Para obtener información sobre clientes potenciales de los países de interés además de consultar directorios especializados en música, la empresa recurre a organismos gubernamentales como:

- Embajadas en México del país de interés
- Embajadas de México en el país de interés
- Banco de Comercio Exterior

Una vez que se recibe la información la empresa opera como sigue : Ver Anexo 3.

*Envía un paquete con catálogos y listas de precios por un medio de paquetería rápido.

*Al cabo de 22 días si el cliente no ha contestado, se le envía un fax para comprobar si ha recibido la información.

*Si hay interés en los productos de la empresa, el cliente pasa por fax un pedido para que sea cotizado

*Una vez cotizado y autorizado, el cliente debe liquidar el importe para que su pedido pueda ser enviado

*La empresa se encarga de colocar su pedido en la agencia aduanal aquí en México, y ahí termina su responsabilidad.

*Los trámites posteriores a ello los realiza la aduana y la empresa transportista. El pago de éstos los cubre el cliente.

4.1.2.1. POLÍTICAS DE VENTA DEL MERCADO INTERNACIONAL

Las únicas políticas de venta con el mercado internacional son:

- No hay créditos
- El cliente debe liquidar su pedido mediante pago anticipado que envía por medio de una orden de pago a la cuenta de la empresa.

4.2. CLIENTES ACTUALES

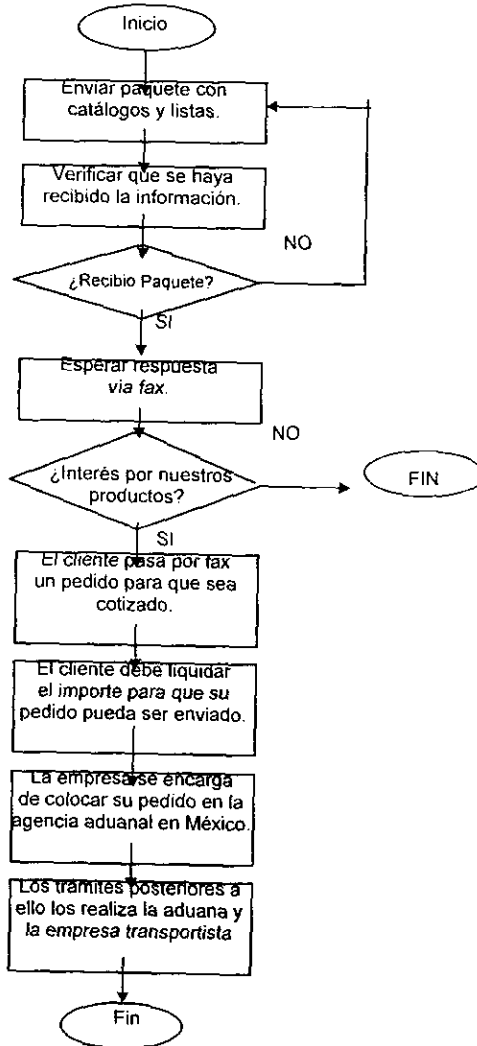
La empresa no cuenta con expedientes especiales o historia de sus clientes del mercado internacional.

Los clientes hasta el momento son:

- Guatemala: por medio de información que en ese tiempo proporcionó el Banco de Comercio Exterior, la empresa localizó a un cliente al que envió una carta con información sobre sus productos. En un principio el cliente adquiría de la empresa únicamente cuerdas y conforme creció la diversidad en accesorios, sus pedidos comenzaron a ser mayores. Desde ese entonces el cliente visita la empresa aproximadamente cada año.
- Nicaragua: existe nada más 1 cliente que también tiene la concesión desde hace 10 años. La empresa desconoce o no recuerda la manera en como él localizó a la empresa. Así también él comenzó a hacer pedidos que han ido aumentando poco a poco.
- Argentina: Después de 10 años la empresa decide continuar con sus proyectos de exportaciones y comienza a investigar en directorios especializados en música, en donde encuentra información sobre una empresa que distribuye a un buen mercado en Argentina, se contacta directamente enviando y recibiendo información mutuamente para conocerse e identificarse. Así, la empresa otorga otra concesión desde hace 6 meses.

ANEXO 3

DIAGRAMA DE FLUJO



Fuente: Accesorios Musicales, S.A. de C.V.

CAPITULO 5

PROGRAMA PROPUESTO A COSTA RICA

INTRODUCCIÓN

Una vez que se ha enmarcado la información sobre diferentes países en los que la empresa está interesada en iniciar negocios, se observa y propone que el programa se inicie por Costa Rica debido a que es el país de Centro y Sudamérica con factores económicos políticos y sociales más estables que permiten que el desarrollo de las relaciones comerciales sea menos complicado y riesgoso considerando que la empresa es nueva en el negocio de la exportación. Así mismo una vez que se hizo la investigación de campo dentro de la empresa se determinó que el producto a elegir para iniciar la comercialización son las cuerdas para instrumentos musicales ya que se observó que es el producto en el que la empresa es más fuerte, competitiva y con más garantías tanto de calidad como de entregas seguras de parte del proveedor en los tiempos planeados. Para el desarrollo del capítulo se requirió de un marco teórico sobre las variables más importantes de Costa Rica.

Por otra parte se realizó una investigación vía fax a la embajada de México en Costa Rica y a casas que venden instrumentos musicales con la finalidad de obtener información sobre cuáles son los instrumentos musicales de cuerda más utilizados en Costa Rica para poder delimitar los grupos de cuerdas sobre los que se trabaje el programa y desarrollar así la publicidad.

El programa incluye:

- Variables Socioeconómicas de Costa Rica
- Propuesta sobre algunas modificaciones a la organización de la empresa.
- Aspectos de pagos internacionales y su propuesta
- Aspectos del área de mercadotecnia
- Ejemplos de publicidad y promoción

- Formatos necesarios para las transacciones
- Organismos públicos y privados para la exportación
- Listados de líneas aéreas
- Algunos costos de transportes

I. VARIABLES SOCIOECONÓMICAS DE COSTA RICA.

5.1. ANTECEDENTES

Costa Rica está ubicada en América Central, limita al norte con Nicaragua, al sur con Panamá al este se encuentra el Océano Atlántico y al oeste el Pacífico. Tiene un área de 51.000 km². La población actual del país es de 3.2 millones de habitantes y el idioma oficial es el español. El país está organizado geográficamente en 7 provincias: San José, la capital situada en el Valle Central del país; al igual que Alajuela, Heredia y Cartago; Puntarenas y Guanacaste están situadas en la costa oeste y la provincia de Limón está ubicada en la costa este del país. La forma de gobierno es democrático con elecciones presidenciales cada cuatro años. Las condiciones laborales de este país favorecen la producción de materiales industriales y agrícolas con mano de obra menos costosa que la mano de obra de los países industrializados. Las empresas de inversionistas generalmente prefieren ubicar las facilidades manufactureras en Costa Rica por los resultados de calidad así como por la estabilidad económica, política y laboral de este país Centroamericano. (Bancomext 1994; 1)

El transporte, la energía eléctrica, las telecomunicaciones y el suministro de agua son servicios al alcance de todos los costarricenses; caracterizados por ser servicios más desarrollados y eficientes en comparación con muchos de los países de la región. Costa Rica cuenta con puertos marítimos en el Océano Pacífico y el Océano Atlántico y un aeropuerto internacional. Carreteras asfaltadas y en buen estado comunican el Valle Central, en donde la ciudad capital (San José) y otras ciudades importantes se ubican. Las facilidades de transporte aéreo están localizadas a 20 minutos de San José y se encuentran comunicadas a través de una excelente carretera. La energía eléctrica está disponible en la mayoría de las regiones remotas del país, y las necesidades futuras de energía han sido contempladas como parte de los planes de expansión. El sistema telefónico del país propio del Estado provee un excelente

servicio para llamadas nacionales e internacionales. El servicio cubre casi todo el territorio costarricense y funciona actualmente un sistema de telefonía celular con cobertura para todo el territorio nacional. La calidad del agua es buena para consumo humano y existe en grandes volúmenes para uso industrial.

Costa Rica ha tenido éxito en la atracción de capital extranjero por los beneficios que ofrece al inversionista: fuerza laboral capacitada, calidad en la infraestructura y políticas gubernamentales e incentivos en favor de las actividades relacionadas con las exportaciones y los recursos naturales. (Ibidem)

Estos factores, y los que se resumirán en el presente documento, han contribuido a crear un clima favorable y positivo para el inversionista que viene al país promoviendo la inversión en actividades relacionadas con la exportación.

La entrada en vigencia del Tratado de Libre Comercio Mexico-Costa Rica, abre grandes oportunidades para las exportaciones mexicanas por la desgravación arancelaria a 0% que experimentarán alrededor de un 70% de los productos mexicanos a partir del 1 de enero de 1995.

Al resto de los productos, se les aplicará un sistema de desgravación gradual hasta llegar igualmente a un 0% en el año 2009.

Esto permitirá que los exportadores mexicanos ingresen con sus productos a un mercado de 3 millones de habitantes donde existe una gran demanda de bienes y servicios, especialmente en los sectores como la industria química, farmacéutica y de tocador, industria básica de hierro y acero, vehículos y automóviles y materiales para la construcción. Todos estos sectores serán tratados con detalle a lo largo del presente documento. (Ibidem)

5.2.SITUACIÓN ACTUAL

Costa Rica, a partir de 1982, reorienta su modelo macroeconómico de desarrollo hacia la apertura del mercado internacional por medio de la promoción de exportaciones, apoyada en incentivos fiscales de manera que le permitiera aumentar la capacidad de generación de divisas, mantener un nivel adecuado de importaciones, y el rendimiento sostenido de la producción. En 1992 debilita la política de estímulo a las exportaciones y reduce los incentivos que otorgó en la década anterior.

En los últimos dos años Costa Rica ha tenido tasas de crecimiento superiores al 6% , lo que ha permitido enfrentar el desempleo y la pobreza. Para 1994 el nivel de desempleo alcanza el 4.4% y proyecta un crecimiento del PIB real cercano al 5%.

Básicamente dos desequilibrios macroeconómicos importantes ha enfrentado la economía costarricense, el déficit fiscal y la expansión de la brecha comercial externa.

El lento crecimiento de los ingresos públicos obedece a la reducción a principios de 1994 del impuesto de ventas de 11% a 10%, reducción de los impuestos del 10% a 5%, disminución en la inflación en 1993 y la estabilidad cambiaria durante los primeros meses del año.

Con relación a los gastos públicos, el componente que presentó la mayor tasa de incremento fue el de interés como consecuencia del fuerte incremento en las tasas. El rubro de salarios se vio afectado por el aumento decretado en enero de 1994.

El turismo y el café, principales generadores de divisas, permitirán a Costa Rica tener una situación de balanza de pagos más holgada durante 1994.

(Ibidem;2)

5.3. INDICADORES ECONÓMICOS

5.3.1. Producto Interno Bruto

La producción ha venido creciendo, especialmente durante los años 92 y 93 la tasa de crecimiento ha sido superior al 6%. Para 1994, se espera un incremento menor equivalente a un 4.25%. Ver cuadro 9

Cuadro 9

PRODUCTO INTERNO BRUTO (PIB) Y TASA DE VARIACIÓN ANUAL
Millones de colones
1990-1994

PIB	1990	1991	1992	1993(1)	1994(*)
PIB Nominal	522.925	689.848	878.284	1.041.903	1.244.786
PIB Real (colones 1966)	12.245	12.521	13.434	14.307	14.915
%Crecimiento PIB Real	3.6%	2.25%	7.29%	6.50%	4.25%

FUENTE: Instituto de Investigaciones en Ciencias Económicas (I.I.C.E.) con base en preliminares del Banco Central de Costa Rica, (*) pronóstico de Consejeros Económicos y Financieros (CEFSA).

Esta desaceleración de la producción tiene su fundamento en la elevación de las tasas de interés, que se ha producido desde junio de 1993; en la disminución de la liquidez impulsada por el Banco Central y en la incertidumbre propia del período de cambio de gobierno. Los empresarios e inversionistas contraen la producción hasta que se redefinan la nueva política económica del gobierno. (Ibidem;3)

5.3.2. Nivel de Precios

En Costa Rica el período de gobierno es de cuatro años y, por lo general, inicia con tasas de inflación superiores a las tasas con que finaliza el período gubernamental. Esto básicamente se da en razón de la represión de los precios

del último año de gobierno, es decir se pospone el reajuste de precios de algunos bienes y servicios, esto claramente como estrategia política. Ver cuadro 10

Cuadro 10

Índice de Precios al Consumidor y Tasa de Crecimiento
1990-1994
en colones

VARIABLE	1990	1991	1992	1993(1)	1994(*)
Índice de precios consumidor	1.613	2.021	2.364	2.578	3.016
Tasa de Crecimiento	27.10%	25.29%	16.97%	9.05%	16.99%

* Pronóstico dado por el Ministerio de Economía, Industria y Comercio

Fuente: IICE con base en BCCR, (1) preliminar.,

La tasa de inflación alcanzada a finales del año de 1993 de 9%, ha sido una de las más bajas en los últimos años, se ha justificado por la mencionada represión de precios y por el ajuste menor al necesario, realizado al tipo de cambio, utilizando el sistema de minidevaluación. Esto se podía observar en la creciente demanda de importaciones y en la expansión de la mencionada brecha comercial externa.

Para el primer semestre del año 1994, el índice de precios al consumidor aumentó 7.6% en comparación con el 4.7% que tenía en el primer semestre del año 1993. En parte, esta aceleración de los precios refleja el impacto de la devaluación del segundo semestre de 1993.

El nuevo gobierno ha definido una política de precios basada en la restauración de la llamada "canasta básica moderna", que consiste en una canasta básica de 49 artículos, cuyo precio es "monitoreado" por el Ministerio de Economía, Industria y Comercio. En estos momentos dichos bienes tienen los precios fijados por ley, existiendo la posibilidad de incorporar nuevos productos tanto al sistema de fijación directa como a la eventual incorporación a la canasta.

(Ibidem;8)

5.3.3. Política Cambiaria y Evolución del Tipo de Cambio

Durante los dos primeros meses de 1994 el Banco Central recurrió muy levemente al mercado cambiario como comprador neto con el propósito de adquirir las divisas necesarias para atender las demandas del sector público, servicio de la deuda externa e importaciones. Como consecuencia de ello, el tipo de cambio se devaluó a una tasa anualizada de alrededor del 6%, durante esos primeros meses.

La política cambiaria del primer semestre de 1994 fue similar a la que aplicó en períodos anteriores, es decir un sistema de ajustes administrados en el tipo de cambio, a través de la compra o venta de divisas por parte del Banco Central de Costa Rica en el MONED. En términos generales se puede decir que el tipo de cambio sigue el comportamiento deseado por el Banco Central de Costa Rica.

Si se utiliza el criterio enunciado por las autoridades para calcular la devaluación para los siguientes meses, el tipo de cambio llegará a 165.8 colones por dólar al final de 1994. Este dato se obtiene bajo el supuesto de que durante los meses de agosto y septiembre se devalúa a un ritmo de 6-7 céntimos por día hábil; a partir de octubre se devalúa de acuerdo con el criterio del diferencial de inflaciones , usando los índices interno y externo del mes inmediato anterior.

La política cambiaria anunciada por las autoridades económicas, tiene una serie de ventajas. Por una parte, evita las fluctuaciones violentas en el tipo de cambio, que afectan fuertemente las expectativas de las unidades económicas, permite anticipar más fácilmente la devaluación a los agentes económicos, lo que hace que exista una menor incertidumbre cambiaria, de manera que facilita la toma de decisiones por parte de las unidades económicas, también se puede mencionar el hecho que evita que la inflación interna haga perder competitividad a exportadores y productores locales. (Ibidem;10)

5.3.4. Consumo

El consumo privado muestra una desaceleración en su tasa de crecimiento a partir del año 1992, mientras que para el sector público más bien se espera un incremento de la tasa para 1994. Ver cuadro 11

Cuadro 11

CONSUMO PRIVADO Y PUBLICO AÑOS 1990-1994
(millones de colones constantes)

Actividad Económica	1990	1991	1992	1993	1994*
Consumo Total	8,801	8,718	9,389	9,871	10,292
Tasa de variación anual	3.8%	-0.9%	7.7%	5.1%	4.7%
Consumo Privado	7,440	7,369	7,999	8,439	8,794
Tasa de Variación anual	4.1%	-1.0%	8.6%	5.5%	4.2%
Consumo Público	1,362	1,349	1,390	1,431	1,499
Tasa de variación anual	2.0%	-0.9%	3.0%	3.0%	4.7%

* Pronóstico a Agosto de 1994

Fuente: IICE con base en Banco Central de Costa Rica

La disminución en la tasa de crecimiento del consumo privado se debe al aumento que se ha dado en las tasas de interés y a la disminución en el poder adquisitivo del salario recibido por los trabajadores, para 1994 los salarios han aumentado en menor proporción que la inflación, lo que afecta directamente el gasto en consumo privado. Por otra parte, el incremento en la tasa de consumo al sector público se debe a la fuerte expansión del gasto público el cual en su mayor parte está compuesto por gastos de consumo y no de inversión. (Ibidem;12)

5.4. COMERCIO EXTERIOR

5.4.1. BALANZA COMERCIAL

La balanza comercial en Costa Rica históricamente ha sido negativa. En los últimos años el déficit comercial ha sido mayor, alcanzando las cifras más altas de los últimos diez años. Ver cuadro 12

Cuadro 12

IMPORTACIONES CIF, EXPORTACIONES FOB
Y DÉFICIT COMERCIAL
1982-1994*
Millones de dólares

Años	Importación (CIF)	Exportación (FOB)	Balanza Comercial
1982	89.2	870.4	-22.8
1983	95.2	872.5	-185.3
1984	100.4	1006.4	-90.6
1985	100.0	975.9	-87.6
1986	112.0	1120.5	-27.0
1987	1380.2	1158.7	221.0
1988	130.0	1245.7	-19.0
1989	1712.6	1414.6	-300.0
1990	1989.7	1448.2	-541.5
1991	1876.6	1597.7	-278.9
1992	2485.0	1828.8	-656.2
1993	2300.0	2064.0	-236.0
1994	2920.0	2222.0	-698.0

Fuente: IICE con base en información de la DGEC y para 1994 pronóstico de CEPSA.

Dado el comportamiento menos dinámico de las exportaciones, la brecha comercial continúa expandiéndose. Al mes de junio de 1994 la balanza comercial mostró un saldo negativo de US\$ 364 millones, más bajo que los US\$446 millones obtenidos en el primer semestre de 1993.

El déficit comercial representa uno de los más grandes desequilibrios macroeconómicos de Costa Rica. (Ibidem; 15)

**5.4.2. PRINCIPALES PRODUCTOS EXPORTADOS A COSTA RICA
PROCEDENTES DE MÉXICO.**

Cuadro 13

Principales productos exportados a Costa Rica procedentes de México, 1993 y 1992
(millones de dólares)

Producto	Exportaciones 1992	Exportaciones 1993
Aceites crudos de petróleo o de minería	34.904	27.556
Gas de petróleo y otros hidrocarburos	6.067	5.270
Otros medicamentos empleados en medicina	3.945	4.855
Diesel	5.157	4.565
Los demás vehículos para el transporte	2.947	3.221
Libros, folletos e impresos similares	1965	2.777
Gasolina de aviación	0	2.126
Amoniaco licuado	1.044	1.860
Productos de Polim. y cop.	900	1.754
Oxidos de Titanio	1.488	1.482
Cinc en bruto, desperdicios y desechos	1.033	1.450
Máquina para la fabricación y trabajo	1.419	1.446
Medicamentos empleados en medicina	3.945	1.403
Otras máquinas para mininería	114	1.311
Telefónicos	10	1.305
Los demás productos de polimerización	866	1.218
Cables para discontinuos de fib. text.	1.126	1.197
Arena natural de cualquier clase	759	1.166
Sulfatos y alumbres	815	1.067
Los demás incluidos esbozos	719	996
Hilados de fibras textiles	23	971
Pescados frescos	0	941
Refrigeradores y congeladores	133	879
Aparatos eléctricos	1.001	854
Jarabe de maíz	1.057	810
Autobuses, microbuses, transporte colectivo	275	809
Leche en polvo y modificadas	670	789
Carbono	1.281	777
Chasis con una cabina para vehículos	965	766
Productos de perfumería o tocador y cosméticos	504	757
Soportes para programas de ordenadores	683	710
Ruedas hidráulicas, turbinas y demás	0	693
Bombas, motobombas y turbo bombas	35	638
Ácidos carboxílicos con función alcohólica	0	581
Los demás hilados de fibras de poliéster	1.010	547
Los demás fungicidas	202	492
Los demás cloruro de polivinilo	544	462
Catálogos, folletos y hojas con descripción	258	459
Yeso naturas, anhidrita	386	456
Los demás de resinas	210	454
Máquina automática para tratamiento de	383	451
Artículos de confitería sin cacao	382	449

Las exportaciones mexicanas a Costa Rica han tenido un comportamiento inestable y por montos reducidos ya que no han superado los 125 millones de dólares y representan alrededor del 4% del total importado por ese país. Dentro de estos productos destacan: los petroleros, medicamentos, vehículos para transporte, impresos, Amoniaco, Oxidos de Titanio, Cinc en bruto, tubos de acero, productos de polimerización, hilados y fibras textiles. (Ibidem;25)

5.4.3. INVERSIÓN MEXICANA EN COSTA RICA

No se cuenta con un registro actualizado que cuantifique la inversión mexicana en Costa Rica. Las principales áreas en las que se ha identificado patrimonio mexicano en los últimos años han sido en los siguientes sectores:

- Productos alimenticios (snacks, tortillas, helados y panificación)
- Agroindustria (conservas)
- Agrícola (producción/exportación de banano)
- Turístico (complejo hotelero)
- Vidrio (envases)
- Financiero (bancario)
- Cables Telefónicos
- Plástico (envases de polipropileno). (Ibidem;26)

5.5. PRINCIPALES ACUERDOS, CONVENIOS Y MECANISMOS DE COOPERACIÓN ECONÓMICA Y FINANCIERA

Los principales convenios de cooperación entre México y Costa Rica, se han circunscrito en los campos comerciales, financieros, energético industrial, transporte y empresarial.

A continuación se señalan los diferentes acuerdos establecidos.

a) Comerciales:

1. Acuerdo de Alcance Parcial: (12/VI/82).
2. Acuerdo de Cooperación entre Bancomext y el Ministerio de Comercio Exterior (COMEX), Centro para la Promoción de las Exportaciones y las Inversiones (CENPRO) y Coalición de Iniciativas para el Desarrollo de Costa Rica (CINDE) (23/VI/91).
3. Acuerdo de Cooperación en materia de oferta exportable Bancomext-Comex-Cenpro-CINDE (10/VI/92).
4. Estudio de oferta exportable de Costa Rica Bancomext-Comex-Cenpro-CINDE (1) (17/VI/93).
5. Tratado de Libre Comercio México-Costa Rica (5/VI/94). Rige a partir de 01/II/95, dependiendo de la aprobación de la Asamblea Legislativa de Costa Rica.
6. Convenio de Cooperación Bancomext-Cámara de Representantes de Casas Extranjeras (Crecex) (13/IV/94).

b) Financieros:

1. Línea de Crédito Bancomext-Banco de Comercio (3 millones de dólares).
2. Línea de Crédito Bancomext-Instituto Costarricense de Electricidad (ICE) (20 millones de dólares).
3. Acuerdo de Cooperación Financiera (10/VI/93).

c) Energético-Industrial:

1. Convenio de Cooperación Energética y Minera (2/XI/93).

d) Transporte:

1. Convenio en Materia de Transporte Aéreo (II/91).
2. Memorandum de entendimiento para facilitar los flujos comerciales a través del servicio de Transporte Terrestre de Carga (25/XI/91).

e)Empresariales:

1. Convenio de cooperación recíproca entre la Cámara de industrias de Costa Rica y la *Cámara de la Industria de Transformación de México (XI/91)*.
2. Convenio de Cooperación recíproca entre la Unión de Cámaras y Asociaciones de la Empresa Privada de Costa Rica (UCCAEP) y el Consejo Empresarial Mexicano para Asuntos Internacionales (CEMAI) (IV/94).
3. Convenio de Cooperación Recíproca entre la Cámara de Comercio de Costa Rica y la Confederación Nacional de Cámaras de Comercio de México (CONCANACO) (VI/94). (Ibidem;28)

5.6.CONDICIONES DE ACCESO AL MERCADO COSTARRICENSE

5.6.1. RÉGIMEN DE IMPORTACIONES

a) Régimen Legal aplicable a las Importaciones

El Código Aduanero Centroamericano define como importación, la internación, luego de que se han cumplido los trámites legales, de mercancías extranjeras destinadas al uso o consumo definitivo en el país.

Adicionalmente, la ley contempla dos tipos de importaciones diferente a la común:

- Importación no comercial: Es la que corresponde a mercancías que no pueden ser objeto de operaciones habituales y lucrativas.
- Importación temporal: Es la internación, cumplidos los trámites legales de mercancías extranjeras llegadas al país, y no nacionalizadas.

En general, cualquier mercadería debe ser admitida para la importación salvo las prohibiciones, restricciones o condiciones presentes en las leyes o reglamentos.

Las operaciones de importación en Costa Rica se encuentran reguladas por las siguientes disposiciones:

- Código Aduanero Centroamericano (CAUCA).
- Reglamento del Código Aduanero Centroamericano (RECAUCA)
- Ley de Consolidación del Impuesto Selectivo de Consumo y su correspondiente Reglamento.
- Ley del Impuesto General sobre las Ventas y su correspondiente Reglamento.
- Ley del Impuesto General sobre las Ventas y su correspondiente Reglamento.
- Ley del Valor.
- Ley Centroamericana sobre el Valor Aduanero.
- Sistema Armonizado Centroamericano.
- Convenio Arancelario Centroamericano.
- Decretos de Aduanas.
- Legislación sobre Almacenes Fiscales.
- Código de Comercio.
- Código Tributario.
- Ley General de la Administración Pública.

(Ibidem;29)

b) Política Arancelaria de Costa Rica.

La estructura arancelaria de Costa Rica ha sido objeto de fuertes cambios en los últimos años. Como parte de los convenios de préstamo para efectuar en el país los Programas de Ajuste Estructural (PAE), suscritos con el Banco Internacional de Reconstrucción y Fomento, se han acordado incluir y realizar una serie de medidas en el ámbito económico, dentro de la que cabe mencionar la *reformulación y la adecuación del régimen arancelario de las importaciones*, lo que ha consistido en la puesta en vigencia de un programa de desgravación arancelaria tendiente a reducir la protección efectiva de las diferentes actividades económicas del país, principalmente la de la industria manufacturera nacional.

Entre 1987 y 1990 hubo cinco reducciones arancelarias. Todas estas reducciones se ha abocado a lograr el objetivo, de que para diciembre de 1994 el techo máximo del arancel sea del 20%, como es actualmente, con las excepciones de los productos textiles, la confección y el calzado de cuero, cuyo arancel actual no sobrepasa el 26%.

Toda esta política está acorde con el objetivo fundamental del TLC México-Costa Rica, no obstante las tasas arancelarias que se han negociado y aplican para ambas partes, son las que están acorde con el Programa de Desgravación Arancelaria. (Ibidem;30)

c) Régimen y Derechos Arancelarios.

En Costa Rica, la Valoración aduanera dispone que el valor aduanero de las mercancías, para efectos de imposición del arancel, es su "precio normal". Se entiende por precio normal aquel precio que en el momento de aceptar la póliza se fija como consecuencia de la compra - venta efectuada entre las partes. No obstante, la valoración aduanera faculta a la aduana a efectuar investigaciones sobre dicho precio, y consecuentemente a efectuar ajustes o rectificaciones. Dichas resoluciones son apelables en la vía administrativa y en la vía judicial.

La valoración aduanera del producto se efectúa sobre la base CIF (Costo, Seguro y Flete).

Los derechos arancelarios a los que están sujetas las mercaderías que ingresan al país están tipificadas en cuatro tipos de impuestos diferentes, como se describe a continuación: (Ibidem;31)

- Impuesto Ad Valorem: El impuesto ad valorem es un porcentaje que grava las mercaderías que se importan al país. Este gravamen se calcula sobre el valor CIF (Costo, seguro y flete) de la mercadería.

Ley 6946: La Ley No. 6946 del 13 de enero de 1984, publicada en La Gaceta No. 14 del 19 de ese mes crea un impuesto del 1% sobre el valor aduanero de las mercancías importadas. Este impuesto se cobra indiscriminadamente, sin importar el origen de la mercancía importada y se encuentra incorporado en el arancel aplicado.

- Impuesto Sobre las Ventas: Este impuesto grava, en términos generales, todas las ventas de mercancías y de aquellos servicios explícitamente señalados en la ley. La tarifa del impuesto es actualmente de un 10%. Este impuesto se cobra indiscriminadamente sobre las importaciones (sin importar el origen de la mercadería) y las ventas domésticas. Se calcula sobre el monto resultante de sumar al valor CIF de la mercadería, el impuesto ad valorem, el impuesto selectivo de consumo y el impuesto del 1% de la Ley 6946.
- Impuesto Selectivo de Consumo: Este impuesto grava la importación y la producción nacional de mercaderías. Las tarifas entre las que se ubica este impuesto varían entre el 10 y el 75% aproximadamente; se calcula sobre el valor CIF (costo, seguro y flete) de la mercadería más lo correspondiente al impuesto Ad Valorem. Este impuesto se cobra indiscriminadamente, sin importar el origen de la mercancía importada. (Ibidem)

FUENTE: Ministerio de Comercio Exterior.

d) Proceso de Importación y Trámites en la Aduana.

I.- Ingreso de la Mercadería

El procedimiento que sigue un producto cuando ingresa al país es el siguiente:

1. En primer lugar se recibe y se procede a descargar el producto de las unidades multimodales de transporte (barcos, aviones, etc.)
2. Posteriormente se procede al depósito de las unidades de transporte en los estacionamientos transitorios.

3. En tercer lugar se procede al despacho de las unidades de transporte, con el objeto de ejecutar el correspondiente marchamado (sello de seguridad) de las mismas.
4. Finalmente se trasladan las unidades de transporte a los almacenes fiscales, en donde se depositará la mercadería.

El traslado de la mercadería al almacén fiscal se lleva a cabo, debido a que las Aduanas tienen incapacidad para administrar los volúmenes actuales de importación en sus propias bodegas, por lo que se cuenta con la colaboración de las empresas privadas.

Los almacenes fiscales se limitan a las siguientes funciones:

- Ingresos de mercancías al Almacén Fiscal.
- Revisión de documentos que acompañan a la mercancía.
- Control de permanencia de las mercancías: régimen de depósito provisional de 60 días (ingreso mediante el documento de tránsito o guía de redestino) o régimen de depósito fiscal de un año (ingreso de la mercancía mediante póliza de traslado).
- Finalización del procedimiento de almacenamiento por presentación del "tanto de puerta" que confirma el pago de los tributos, redestino para otra aduana, presentación de un acta de destrucción, presentación de una boleta de remate cancelada, desalmacenaje de oficio, presentación de una póliza de re-exportación o presentación de una póliza de rescate. (Ibidem;32)

II.-Nacionalización de la mercadería

En términos generales, los bienes que ingresan al país deben de desalmacenarse dentro de los treinta días posteriores a su fecha de arribo, excepto cuando se trata de ciertos artículos peligrosos, explosivos o perecederos, que deben desalmacenarse dentro de cuarenta y ocho horas. Una vez transcurrido este tiempo, la Aduana cobrará derechos de bodegaje, y usualmente

si no son desalmacenados en un periodo de sesenta días después de su ingreso, la Aduana los declarará en abandono y procede a rematarlos.

Los bienes podrán ser nacionalizados si cumplen con todos los requisitos de documentación que les son pertinentes y si presentan una factura comercial completa. En los casos en que la factura comercial no esté lista en el momento del despacho de la mercadería, la Aduana permitirá la presentación de una factura proforma, con el requisito de presentar la original sesenta días después, si lo anterior no se hace el dueño de la mercadería perderá el depósito en efectivo requerido y la mercancía no será autorizada para abandonar la Aduana.

Para efectuar un retiro de la Aduana es necesario además de los sellos postales contar con los servicios de un agente aduanero. (Ibidem:33)

En el procedimiento de nacionalización de las mercancías se presentan los siguientes pasos:

- Entrada de la mercancía

- En primer lugar se procede a la recepción de los siguientes documentos: póliza o declaración aduanera, factura comercial, declaración del valor aduanero, conocimiento de embarque, guía aérea o carta de porte, permisos especiales (certificados de sanidad, fitopatológicos, químicos, veterinarios y otros), notas de exoneración, autorización de trámites preferenciales (zona secundaria, despacho a bordo, pago previo).

- En segundo lugar se procede a la revisión de saldo de inventario, adjunto a la guía de redestino.

- En tercer lugar se lleva a cabo el control de exoneraciones, por lo que aquellos productos sujetos a exención deben llevar adjunto el documento que demuestre la exoneración.

- Finalmente se procede a las actividades de registro, numeración y desgloce.

- Asignación del Vista
- Traslado de póliza y documentos al almacén fiscal
- Reconocimiento de mercancías

El reconocimiento de mercancías involucra los siguientes pasos, en primer lugar el vista recibe la póliza de importación y los demás documentos para proceder a efectuar la revisión de los documentos. Posteriormente solicita al representante de la agencia la separación de los bultos, para llevar a cabo, conforme su criterio, el reconocimiento parcial o detallado y entonces procede a inspeccionar la mercancía en cuanto a peso, medición, cuantía y descripción de la misma.

Una vez hecho lo anterior, el vista clasifica la mercadería o extrae las muestras para que el Laboratorio Aduanero efectúe el análisis correspondiente.

En caso de faltantes o sobrantes, el vista procede a realizar la anotación correspondiente en la póliza. El faltante es cobrado al almacén fiscal.

- Traslado de documentos a la sección de aforos
- Revisión de aforos

El revisor de aforo recibe la póliza y demás documentos y procede a hacer la revisión de la clasificación arancelaria y las tarifas correspondientes.

- Valoración de las mercancías

La póliza y demás documentos se trasladan a la Sección de Valoración de acuerdo con los criterios remitidos por esta Sección.

- Liquidación

Consiste en la revisión de la póliza en cuanto a multas, y similares, y el cálculo aritmético de los impuestos.

- Notificación

Se notifica a fin de que el Agente Aduanero autorice a pasar a cuenta corriente la póliza correspondiente.

- Contabilización

Se lleva a cabo un cargo a cuenta corriente.

En caso del procedimiento de pago previo, una vez aceptada la póliza, se lleva a cabo el reconocimiento de la mercancía y se autoriza la salida de las mismas.

Los procesos de revisión de la clasificación arancelaria y valoración aduanera y tarifas aplicables se realizan con posterioridad a la salida de las mercancías. (Ibidem;34)

III.- Duración del Despacho en Aduana

En el procedimiento de pago previo se dura un día en el proceso y en el procedimiento de despacho normal se dura dos días. Lo anterior es sin considerar problemas en las unidades de valor o revisión de aforos, y sin incluir impugnaciones. (Ibidem)

IV.- Apelaciones Contra Decisiones de la Aduana

1. Reclamación verbal antes de la liquidación de la póliza, ante el Administrador de la Aduana.
2. Recurso de Revisión Jerárquico, ante el Director General de Aduanas, contra lo que resuelva el Administrador.

3. En materia de clasificación Arancelaria y Valoración Aduanera, contra lo resuelto por el Director General de Aduanas, cabe recurso de apelación ante el Comité Arancelario y el Comité Nacional de Valoración. Este reclamo debe efectuarse en un plazo de 3 días.
4. Reclamo directo ante la Dirección General de Aduanas, si la inconformidad surge después de cancelada la póliza, dentro de los 30 días siguientes a la fecha de cancelación de la póliza.
5. Reclamo por liquidación errónea dentro de los 30 días después de la cancelación del adeudo.
6. Acción de repetición de lo pagado por concepto de tributos internos o nacionales pagados dos veces. La prescripción aplica en un plazo de tres años.
7. Recurso de Apelación ante un Tribunal Fiscal Administrativo, por liquidaciones de impuestos internos, sobre recurso interpuesto ante el Director General de Aduanas, dentro del plazo de 15 días.
8. Posibilidad de accionar la vía contenciosa administrativa en todos los casos, excepto en materia de clasificación arancelaria. (Ibidem)

FUENTE: Ministerio de Comercio Exterior.

5.6.2. CANALES DE COMERCIALIZACIÓN EN COSTA RICA

a) Descripción General

El canal que sea elegido para la comercialización de un producto es importante ya que de él dependen:

- a) La política de precios que deberá enfrentar la empresa, dependiendo si le interesa la distribución masiva, o una gran intermediación.
- b) Las decisiones de publicidad dependen del grado de cooperación entre los intermediarios que participan del proceso de distribución.

Venta Directa: el fabricante vende directamente al consumidor o usuario final. Es recomendable utilizar esta modalidad cuando:

- La empresa necesita demostrar el producto (productos técnicos complejos), debe supervisar pruebas, o realizar directamente las negociaciones de venta.
- Los intermediarios se niegan a vender sus productos.
- Falta actividad vendedora por parte de los intermediarios.
- Intermediarios piden márgenes excesivamente altos.
- Mercados con pocos compradores o concentrados geográficamente.

Ejemplos de empresas que realizan venta directa son: de maquinaria pesada, de seguros, enciclopedias, etc.

Régimen de Franquicia o Concesionario: las etapas de producción y distribución se vinculan, en virtud del contrato "franchiser". Pueden distinguirse tres formas:

- Sistema de Concesiones a Minoristas, patrocinados por el productor. Los minoristas pueden vender el producto, son negociaciones independientes que deben atenerse a diversas condiciones de venta y servicio. Ej.: industria automovilística.
- Sistema de Concesiones al Mayorista, patrocinador por el productor. Ej.: industria de refrescos gaseosos.
- Sistema de Concesiones a Minoristas, patrocinados por una empresa de servicios. Esta organiza el sistema que hará que se pueda ofrecer el servicio más eficientemente al consumidor final.

Los minoristas tienen un sistema estandarizado y que proporcionan una imagen única al consumidor. Ej.: cadenas de comidas rápidas.

Canal Corto: Se da cuando entre el fabricante y el consumidor sólo media un detallista o un distribuidor. Generalmente es un detallista cuando son bienes de consumo, y un distribuidor cuando es para la venta de productos industriales.

Le conviene a aquellas empresas que deben llevar cierto control sobre el producto y la venta.

Canal Largo: Cuando hay dos intermediarios, el mayorista o almacenista y el detallista. Muy utilizado en la comercialización de la mayoría de los productos. El *mayorista simplifica los problemas de transporte y como maneja grandes cantidades de productos puede distribuir al detallista a un menor costo que el propio fabricante.*

Canal Superlargo: Cuando además del mayorista y el detallista aparecen otras figuras como el broker/agente (que son organizaciones que compran o venden por parte de la empresa, de acuerdo con unas condiciones contractuales y que reciben una comisión por intervención) y el distribuidor (que se encarga de la venta y distribución de toda o gran parte de la producción de un fabricante).

Multicanales: Es decir, cuando se utiliza más de un canal, para acceder fácilmente el mercado. Esto puede depender del consumidor o usuario final (empresa que le vende directamente al gobierno, pero a los agentes privados por medio de mayoristas) o también de la distancia geográfica con el consumidor.

(Ibidem; 44)

b) La Comercialización en Costa Rica

Según un estudio realizado en el Departamento de Coyuntura Industrial del Instituto de Investigaciones en Ciencias Económicas las ventas internas de las industrias costarricenses, se dirigieron en el año 1993 en un 43.5% al comercio mayorista, un 32.7% fue negociado en el comercio minorista, el 3.1% al sector público, un 5.1% se colocó directamente a los consumidores, el 6.6% se distribuyó mediante otra compañía comercializadora propiedad de la misma empresa y el 9.0% se envió a mercado a través de otro tipo de distribuidores.

Si se obtiene un promedio de los colones que cada industria destinó a cada mercado (se excluyen aquellas industrias que no utilizaron un canal de distribución), se observa que al comercio mayorista se destinaron 164.6 millones de colones, 255.2 al comercio minorista, 27.7 al sector público, 50.8 a consumidores, 154.0 a otros establecimientos propiedad de las empresas y 193.7 millones a otros consumidores.

Del total de industrias analizadas el 33.3% destinada a sus ventas exclusivamente al mercado nacional. (Ibidem;46)

c) La importancia de la Ley de Protección al Representante de Casas Extranjeras

Es recomendable establecer un distribuidor o representante de casas importadoras antes de establecer relaciones comerciales con posibles distribuidores, importadores o representantes. Se debe establecer claramente las condiciones del contrato especificando tiempo, objetivos, solución de controversias en el contexto de la ley que regula esas actividades.

La Ley de Protección al Representante de Casas Extranjeras (Ley 6209 de 9 de marzo de 1978) y su correspondiente Reglamento (Decreto Ejecutivo 2937 de 10 de abril de 1973) regulan los contratos de distribución o representación (incluyendo fabricación por cuenta de la casa extranjera).

El objetivo principal de estos cuerpos normativos es el de establecer una indemnización por parte de la empresa mercantil extranjera para su representante en Costa Rica, cuyo monto equivale al monto de cuatro meses de utilidad bruta de éste último por cada año o fracción de tiempo servido, hasta un máximo de nueve años. Adicionalmente, la empresa representada deberá comprar la existencia de sus productos al representante, al precio de costo más un

"porcentaje razonable de inversión" determinado por el Ministerio de Economía, Industria y Comercio.

La indemnización indicada en el párrafo anterior debe pagarse en todos los casos en que el contrato termine por causas ajenas a la voluntad del representante, a excepción de una lista taxativa de "causas justas" por las que la ley permite a la casa extranjera dar por terminado el contrato sin responsabilidad de su parte.

No existe disposición alguna que ligue permanentemente a la casa extranjera con su representante en Costa Rica. Los derechos del representante prescriben en un plazo de dos años a partir del hecho que les dio origen.

Las empresas extranjeras no tienen obligación de tener un representante en Costa Rica para actuar u operar en el país, ni siquiera para contratar con el Estado. Las diferencias para contratar con cualquier ente público, entre una persona extranjera sin representante, una con representante y una empresa nacional, son mínimas y se refieren únicamente a los requisitos exigidos para acreditar su existencia y la seriedad de sus ofertas. Generalmente esos requisitos se hacen constar en el "cartel de la licitación", y dependen de la naturaleza de la contratación a realizar.

El reglamento de la contratación administrativa (Decreto Ejecutivo 7576 de 23 de septiembre de 1977) establece que los participantes extranjeros en una licitación pública se entienden sometidos a las leyes y tribunales de Costa Rica en lo concerniente a los trámites y ejecución del contrato por el sólo hecho de presentar oferta y sin necesidad de manifestación expresa. (Ibidem;47)

d) Destinos de entrada a Costa Rica de Bienes Importados y Medios de Transporte.

La estructura del transporte y las comunicaciones tienen como punto de partida del Valle Central, que se han ido extendiendo hacia otras regiones del país. La red vial, cubre todo el país gracias al esfuerzo de muchos gobiernos, incluye más de 36,000 km. de carreteras de las cuales 6,000 km. son asfaltados, facilitando la comunicación entre las principales ciudades, puertos y aeropuertos del país.

Las telecomunicaciones presentan un alto nivel de eficiencia y cobertura geográfica, contando todo el país con excelente comunicación a nivel telefónico interno e internacional. Para ello se cuenta con una estación terrestre, la cual permite el acceso a los principales satélites de comunicación internacional, por medio de la Compañía Radiográfica Costarricense, haciendo posible la utilización de otros servicios como el telex, la comunicación directa entre terminales y computadoras para transmisión de datos, la reproducción de documentos a distancia y los telegramas a domicilio. (Ibidem;48)

a) Transporte Aéreo

En lo concerniente a los aeropuertos, se cuenta con uno principal, el San Juan Santamaría, y cuatro menores, el Tobías Bolaños, Tomás Guardia (Librería, Guanacaste), Limón y Golfito. El aeropuerto Internacional Juan Santamaría, situado a pocos kilómetros de la capital, es frecuentado por una gran cantidad de aerolíneas internacionales; manteniendo conexiones directas con Estado Unidos, Europa y América Latina.

El desarrollo exportador y la apertura comercial del país ha incentivado el tráfico de mercancías a través de toda la red de transporte nacional, especialmente por los aeropuertos, lo cual unido al creciente flujo de turismo, representa una gran atracción para las compañías de transporte para abrir

nuevas rutas y nuevos mercados con la consecuente mejora en el servicio y la generación de tarifas más atractivas.

Tanto el transporte aéreo como la demanda de sus servicios de carga se ha expandido rápidamente en años recientes, la manufactura de exportaciones bajo provisiones de maquila de la Iniciativa para la Cuenca del Caribe y el comercio en aumento de los productos agrícolas no tradicionales han creado una gran demanda, por lo cual ha sido necesario expandir el transporte aéreo mediante infraestructura y facilidades en el Aeropuerto Internacional de Juan Santamaría.

A pesar de la multiplicidad de agencias gubernamentales responsabilidades divididas y la frecuente competencia sin logros entre ellas: el progreso ha sido evidente últimamente. Las facilidades de refrigeración están ahora en el Aeropuerto Juan Santamaría en San José, y se espera que un aeropuerto internacional en Liberia, Guanacaste, inicie operaciones próximamente. (ibidem)

b) Transporte Marítimo

El país cuenta con muelles importantes en ambas costas, como son los puertos de Limón y Moín en la Costa Atlántica. El puerto de Moín se encarga de la manipulación mercancía en contenedor, mientras que Limón se utiliza para la exportación de frutas, en especial, el banano; ambos puertos están en capacidad de hacer frente a una mayor demanda de sus servicios. En 1987, se construyó una autopista que acortó, sensiblemente la distancia entre San José y Limón, lográndose la travesía en alrededor 2 horas.

Puntarenas, un puerto por tradición, en la actualidad se ha convertido en un centro de atracción turística; por lo tanto, la mayor parte de la carga es transportada a través del moderno puerto de Caldera. Una excelente carretera conecta a Caldera con el Valle Central.

Moin y Caldera califican como puertos internacionales, suministran espacio de bodega adecuado y facilidades modernas para proveer servicios de carga de contenedores y roll/on roll/off. Puntarenas y Limón sirven principalmente para la importación de productos tales como granos en bruto y fertilizantes. Punta Morales en el Golfo de Nicoya tiene una ubicación especializada, éste sirve para embarcar azúcar. El una vez próspero puerto del Golfito declinó con la aguda caída de la producción de banano en la región, pero sus facilidades, bajo planes recientes de rehabilitación, servirán un día para cumplir las demandas del comercio en expansión. Varias líneas marítimas internacionalmente reconocidas sirven a ambas costas. (Ibidem)

c) Transporte Terrestre

El transporte terrestre por furgón ha prosperado juntamente con la construcción de caminos. Desde San José como centro, todos los caminos llevan a cada capital de provincia y centro de población. La conexión con la Carretera Panamericana suministra el acceso a regiones al norte y sur, desde Canadá a Chile. (Ibidem)

d) Destinos de entrada a Costa Rica

Los productos mexicanos que se importan a Costa Rica pueden ingresar al país por los siguientes destinos de entrada:

Terrestre: Peñas Blancas (Frontera con Nicaragua).

Marítimo: Puerto Moín (Costa del Atlántico)

Puerto Limón (Costa del Atlántico)

Puerto Caldera (Costa del Pacífico)

Puntarenas (Costa del Pacífico)

Aéreo: Aeropuerto Internacional Juan Santamaría

A continuación se detalla el puerto de entrada a las diferentes ciudades del país. Los puertos a los que llegan directamente las mercaderías se indican por medio de las letras TBL:

- ◊ Alajuela (vía Puntarenas o Puerto Limón)
- ◊ Atenas (vía Puntarenas)
- ◊ Cartago (vía Puerto Limón)
- ◊ Esparza (vía Puntarenas)
- ◊ Golfito (TBL)
- ◊ Heredia (vía Puntarenas o Puerto Limón)
- ◊ Las Cañas (vía Puntarenas)
- ◊ Liberia (vía Puntarenas)
- ◊ Matina (vía Puerto Limón)
- ◊ Paraíso (vía Puerto Limón)
- ◊ Puerto Moín, Limón (TBL)
- ◊ Puntarenas (TBL)
- ◊ Quepos (TBL)
- ◊ San José (vía Puntarenas)
- ◊ San Ramón (vía Puntarenas)
- ◊ Santo Domingo de Heredia (vía Puerto Limón)
- ◊ Siquirres (vía Puerto Limón)
- ◊ Turrialba (vía Puerto Limón) (Ibidem;49)

5.7. ANÁLISIS DE OPORTUNIDADES SEGÚN EL TRATADO LIBRE, COMERCIO MEXICO-COSTA RICA.

5.7.1. ASPECTOS GENERALES DEL TLC MÉXICO-COSTA RICA

a) Procedimientos Aduaneros

Para certificar que el bien que se exporta de una Parte a la otra clasifica como originario de conformidad con la normativa establecida del Tratado, referente a Reglas de Origen. Ver Forma 1

Respecto al tema de administración aduanera, las Partes acuerdan fortalecer los vínculos de cooperación para facilitar el intercambio comercial entre ellas; entre las áreas que se fortalecerán se menciona:

Despacho de bienes

Internación de unidades de transporte

Procedimientos para la realización de ferias y exposiciones

Ingreso de muestras

Muestrarios y

Equipo de pasajeros.

(Ibidem;50)

b) Disposiciones en materia de cuotas compensatorias

El principio general que va a regir esta materia es que las Partes rechazan toda práctica desleal de Comercio Internacional y reconocen la necesidad de eliminar los subsidios a la exportación y otras políticas internas que causen distorsiones al comercio.

Con respecto a los subsidios directos a la exportación, a partir de la entrada en vigor del Tratado, se establece que ninguna Parte otorgará nuevos subsidios a la exportación de sus bienes a territorio de la otra Parte, además las Partes eliminarán este tipo de subsidios existentes sobre un bien a partir de la puesta en vigencia del Tratado si el arancel que el producto tiene es de cero, de conformidad con el programa de Desgravación Arancelaria.

No obstante lo anterior, durante el período en que los subsidios directos permanezcan vigentes, las Partes podrán imponer cuotas compensatorias sobre los subsidios, cuando la Parte importadora de los bienes subsidiados considere que los mismos tienen efectos desfavorables sobre su comercio.

Se considerará que existen efectos desfavorables cuando haya una disminución de la participación de mercado, cuando haya una importante reducción o contención en los precios, cuando haya pérdida de ventas, o un aumento importante y sostenido en la tasa de crecimiento de importaciones subsidiarias.

Revisión y eliminación de cuotas compensatorias.- Se podrán revisar las cuotas compensatorias anualmente a petición de Parte interesada, de oficio en cualquier momento o cuando quien, sin haber participado en la investigación, acredita su interés jurídico y así lo solicite; esto para ratificar, modificar o eliminar la cuota compensatoria correspondiente.

Procederá la eliminación automática de las cuotas compensatorias definitivas cuando hayan transcurrido 5 años desde su entrada en vigencia o desde su última revisión sin que hayan sido revisadas nuevamente. (Ibidem; 51)

c) Medidas de salvaguarda

Se entiende por medidas de salvaguarda aquellas medidas que adopte una Parte para contrarrestar el menoscabo que está sufriendo en la Producción Nacional debido al exceso de importaciones de bienes idénticos, similares o competidores directos que recibe de la otra parte. La medida sólo aplica cuando el menoscabo en la Producción Nacional sea mayor o igual al 35%.

El Tratado de Libre Comercio México-Costa Rica contempla dos clases de medidas de salvaguarda, las medidas bilaterales y las medidas globales.

Medidas Bilaterales.- Las medidas bilaterales podrán ser adoptadas hasta 24 meses después de que el arancel aduanero para el bien de que se trate llegue a cero (conforme lo dispone el Programa de Desgravación Arancelaria).

Las mismas se aplicarán por una única vez y por un periodo de un año, con la posibilidad de prorrogarlas por un período igual y de manera consecutiva.

Las medidas bilaterales deben ser de carácter arancelario y el arancel que se adopte no podrá exceder el menor de:

- I. El arancel aduanero vigente de ese bien para terceros países, a la fecha de la adopción de la medida.
- II. El arancel aduanero que tenía el bien el día anterior a la entrada en vigencia del *Programa de Desgravación Arancelaria*.

Al concluir la aplicación de la medida bilateral el arancel que se debe aplicar es el que corresponda a esa fecha, de conformidad con el Programa de Desgravación Arancelaria.

La Parte que aplique la medida bilateral deberá compensar a la Parte afectada con una concepción mutuamente acordada y que tenga efectos comerciales equivalentes a los de la medida adoptada.

Medidas Globales. - Son aquellas medidas de salvaguarda que se pueden adoptar de conformidad con lo establecido en el artículo XIX del GATT. Estas medidas solo se pueden aplicar cuando a las importaciones de una Parte representan una Parte sustancial del total de importaciones de un bien específico y cuando contribuyan de manera importante al perjuicio grave de la parte que importa. Para determinar en que casos aplican las medidas globales de salvaguarda deben tomarse en cuenta los siguientes criterios:

- I. Las importaciones de un bien realizadas por una parte se considerarán sustanciales si representan al menos el 80% de las importaciones totales de ese bien.
- II. Las tasas de crecimiento de las importaciones que se supone están causando un perjuicio grave, no podrá ser sustancialmente menor que la tasa de

crecimiento de importaciones de ese mismo bien, procedentes de otras fuentes.

III. Los cambios en cuanto a la participación y el volumen de las importaciones respecto a las importaciones totales del bien del que se trate.

En caso de aplicar las medidas globales, la Parte que aplique la medida también deberá concederle a la Parte afectada una compensación mutuamente acordada, que tenga efectos comerciales equivalentes a los de la medida adoptada.

Finalmente cabe destacar, que antes de adoptar cualquier medida de salvaguarda (ya sea de carácter bilateral o de carácter local) la Parte importadora debe comunicar por escrito a la otra parte, y luego de ello se iniciará un período de consultas previas de 45 días, en el cual las partes se pondrán de acuerdo respecto a las concesiones que se deberán ejecutar. (Ibidem; 52)

d) Trato nacional y acceso de bienes al mercado

Se establece un compromiso entre las Partes de otorgar trato nacional a los bienes originarios de la otra Parte y fijar el Programa de Desgravación arancelaria acordado y el desmantelamiento de las otras medidas restrictivas con el fin de que se establezca la zona de libre comercio entre las Partes.

El trato nacional que las Partes otorguen a los productos provenientes de Costa Rica y México se hará en los mismos términos que lo estipula el Artículo III del GATT, con ciertas excepciones tales como los productos cuya refinación y distribución son monopolio de RECOPE y la energía eléctrica.

Desgravación arancelaria.- Salvo que se disponga otra cosa en el Tratado, Las Partes no podrán incrementar ningún arancel aduanero vigente, ni adoptar ningún arancel aduanero nuevo, sobre bienes originarios.

Cada Parte eliminará de manera progresiva sus aranceles aduaneros sobre bienes originarios conforme a lo establecido en el Programa de Desgravación Arancelaria. Para ello se han establecido 12 categorías de desgravación diferentes para los productos de los listados.

Todos los productos incluidos en el Sistema Armonizado se les ha asignado una de las categorías de desgravación, la cual define el plazo y los términos para que el arancel llegue a 0%. (Ibidem;53)

CATEGORÍA TÉRMINOS DE ELIMINACIÓN DEL ARANCEL (año en que el arancel es cero)

- A A partir del 1 de enero de 1995.
- B A partir del 1 de enero de 1999, en 5 etapas anuales que van del 1 de enero de 1995 al 1 de enero de 1999.
- C A partir del 1 de enero de 2004, en 10 etapas anuales que van del 1 de enero de 1995 al 1 de enero de 2004.
- D Continuarán con libre comercio.
- E A partir del 1 de enero de 2009, en 15 etapas anuales que van del 1 de enero de 1995 al 1 de enero de 2009.
- C-2 A partir del 1 de enero de 2002, en 6 etapas que van del 1 de enero de 1997 al 1 de enero de 2002.
- Bp A partir del 1 de enero de 1999, no tendrá reducción arancelaria hasta el 31 de diciembre de 1998.
- C-1 A partir del 1 de enero de 2004, en 10 etapas anuales que van del 1 de enero de 1995, las primeras 5 etapas tendrán una desgravación anual del 3%, las restantes cinco etapas desgravarán el arancel restante en etapas anuales iguales, hasta el 1 de enero de 2004.
- E-1 A partir del 1 de enero de 2009, en 15 etapas anuales que van del 1 de enero de 1995; las primeras 6 etapas hasta el 1 de enero de 2000 tendrán una desgravación anual de 2.5% y las restantes 9 etapas hasta el 1 de enero de 2009 desgravarán el arancel restante en etapas anuales iguales a

partir del 1 de enero de 2001.

- AE Corresponde a comercio en azúcar.
- C-3 A partir del 1 de enero de 2004, en 2 etapas anuales iguales que van del 1 de enero del 2003 al 1 de enero del 2004.
- E-3 A partir de 1 de enero de 2009, en 4 etapas anuales iguales que van del 1 de enero de 2006 al 1 de enero de 2009.

A petición de las partes, se realizarán consultas para examinar la posibilidad de acelerar la eliminación de aranceles. Ninguna de las Partes podrá incrementar ningún arancel vigente, ni adoptar uno nuevo, sobre bienes originarios.

Importación Temporal de Bienes: Se podrá importar temporalmente independientemente del origen del bien y de que haya o no producción de dicho bien en el país importador si ese bien consiste en: equipo profesional para el ejercicio de una actividad de negocios o profesional, equipo de prensa o para la transmisión de señales de radio o televisión y equipo cinematográfico, bienes para propósitos deportivos o destinado a exhibición, y muestras comerciales y películas publicitarias con ciertas condiciones genéricas y específicas.

Muestras sin valor comercial: Se autoriza la libre importación de muestras sin valor comercial proveniente de la otra Parte.

Medidas No Arancelarias: Las partes no podrán adoptar ninguna prohibición ni restricción a la importación de cualquier bien de la otra Parte o exportación hacia la otra Parte. Se prohíben los requisitos de precios de exportación o de importación. (Ibidem;55)

e) Inversión

El tratado describe en primera instancia todas las medidas y requisitos que gozarán las partes a partir de la entrada en vigencia, del TLC. En segundo lugar el Tratado describe la forma en que solucionarían las controversias en materia de Inversiones.

Disposiciones de Fondo.- Las inversiones se regirán por los siguientes aspectos:

- i. Trato Nacional.
- ii. Trato de nación más favorecida.
- iii. Trato en caso de pérdidas: Cada Parte otorgará a los inversionistas de otra Parte, respecto de las inversiones que sufran pérdidas en su territorio, debido a conflictos armados, caso fortuito o fuerza mayor, un trato no menos discriminatorio respecto a cualquier medida que se adopte o mantenga.
- iv. Alta dirección empresarial: Ninguna Parte podrá exigir que una empresa, con motivo de su inversión, designe a individuos de alguna nacionalidad en particular, para otorgar puestos de alta dirección.
- v. Transferencias: Cada Parte permitirá que cada una de las transferencias relacionadas con la inversión efectuada en el otro país se hagan libremente y sin demora. Dentro de estas transferencias se incluyen ganancias, dividendos, intereses, asistencia técnica, bienes derivados de la venta de la inversión, compensaciones por expropiación y otros. Sin embargo, una Parte podrá impedir la realización de transferencias en caso de quiebra, insolvencia, protección de derechos de acreedores, infracciones penales o administrativas, garantía de cumplimiento de sentencias o laudos, como instrumento para asegurar el pago de impuestos, etc.
- vi. Expropiación y compensación: Ninguna Parte puede nacionalizar o expropiar a un inversionista de la otra parte, excepto en los siguientes casos: por causa de utilidad pública, sobre bases no discriminatorias, con apego al principio de legalidad o mediante indemnización. En este último caso la indemnización

debe ser equivalente al valor justo de mercado, y debe ser liquidable y pagada sin demora y al tipo de cambio vigente a la fecha de la valuación correspondiente.

vii. Medidas relativas a medio ambiente: Cada Parte tiene derecho a adoptar medidas tendientes a asegurar que las inversiones hechas en su territorio cumplan con la legislación ecológica o ambiental de su país. Adicionalmente, ninguna Parte podrá eximir de esas medidas a un inversionista con el propósito de inducir el establecimiento, la adquisición, la expansión o conservación de la inversión en su territorio.

viii. Requisitos de desempeño: Para que se cumplan las medidas relativas a la inversión, de acuerdo con lo establecido por el Tratado de Libre Comercio o como medio para condicionar la continuidad o recepción de un incentivo, ninguna Parte podrá obligar al inversionista del otro país a:

- Exportar un determinado nivel de bienes

- Alcanzar un determinado porcentaje de valor agregado

- Adquirir bienes preferiblemente de la Parte en donde se ubica la inversión

- Relacionar el valor de las importaciones con el valor de las exportaciones

con el monto de divisas que producen al país.

No obstante las Partes pueden exigir al inversionista cumplir requisitos de localización geográfica de unidades productivas, de generación de empleo o capacitación de mano de obra, o de realización de actividades en materia de investigación y desarrollo. En caso de que alguno de estos requisitos se constituya en una barrera, la Parte donde se lleva a cabo la inversión deberá adoptar las disposiciones necesarias para suprimir la práctica. (Ibidem;57)

TRATADO DE LIBRE COMERCIO ENTRE LOS ESTADOS UNIDOS MEXICANOS Y LA REPUBLICA DE COSTA RICA

INSTRUCTIVO PARA EL LLENADO DEL CERTIFICADO DE ORIGEN

Con el propósito de facilitar el trato arancelario preferencial, este documento deberá ser llenado en forma legible y en su totalidad por el exportador del bien y el importador deberá tenerlo en su poder al momento de formular el pedimento de importación o declaración de importación. Cuando el exportador no sea el productor del bien, deberá llenar y firmar este documento con fundamento en una declaración de origen que ampare el bien, llenada y firmada por el respectivo productor. Favor de llenar a máquina o con letra de molde o letra de imprenta.

Para los efectos del llenado de este certificado de origen se entenderá por:

- Bien:** Cualquier mercancía, producto, artículo o materia.
- Número de registro:** En los Estados Unidos Mexicanos la clave del registro federal de contribuyentes (R.F.C.). En la República de Costa Rica, la cédula jurídica para personas jurídicas o cédula de identidad para personas físicas.
- Partes:** Los Estados Unidos Mexicanos y la República de Costa Rica.
- Tratado:** El Tratado de Libre Comercio entre los Estados Unidos Mexicanos y la República de Costa Rica.
- Campo No. 1:** Indique el nombre completo, denominación o razón social, domicilio (incluyendo ciudad y país), número de teléfono, fax y el número de registro del exportador.
- Campo No. 2:** Deberá llenarse solo en caso de que el certificado ampare varias importaciones de bienes idénticos a los descritos en el campo 6, que se importen a alguna de las Partes en un período específico no mayor de un año corrido a partir de la fecha de su firma (incluido que cubra). La palabra "DE" deberá ir seguida por la fecha (día/mes/año) a partir de la cual el certificado ampara el bien descrito hasta fecha podrá ser posterior a la de la firma del certificado. La palabra "A" deberá ir seguida por la fecha (día/mes/año) en la que vence al período que cubra el certificado. La importación del bien sujeta a trato arancelario preferencial con base en este certificado deberá efectuarse dentro de las fechas indicadas.
- Campo No. 3:** Indique el nombre completo, denominación o razón social, domicilio (incluyendo ciudad y país), número de teléfono, fax y el número de registro del productor. En caso de que el certificado ampare bienes de más de un productor, anexe una lista de los productores adicionales, indicando para cada uno de ellos los datos anteriormente mencionados y haciendo referencia directa al bien descrito en el campo 6. Cuando se desee que la información contenida en este campo sea confidencial, podrá señalarse de la siguiente manera: "disponible a solicitud de la autoridad competente". En caso de que el productor y el exportador sean la misma persona, indique la palabra "misma".
- Campo No. 4:** Indique el nombre completo, denominación o razón social, domicilio (incluyendo ciudad y país), número de teléfono, fax y el número de registro del importador. En caso de no conocerse la identidad del importador, indicar la palabra "desconocido". Tratándose de varios importadores, indicar la palabra "diversos".
- Campo No. 5:** Proporcione una descripción completa, cantidad y unidad de medida de cada bien, incluyendo el número de serie, cuando este exista. La descripción deberá ser suficiente para relacionarla con la descripción contenida en la lectura, así como con la descripción que corresponde al bien en el Sistema Armonizado. En caso de que el certificado ampare una sola importación, deberá indicarse el número de factura, tal como aparece en la lectura comercial. En caso de desconocerse, deberá indicarse otro número de referencia única, como el número de orden de embarque.
- Campo No. 6:** Declare la clasificación arancelaria e seis dígitos que corresponde en el Sistema Armonizado a cada bien descrito en el campo 5. En caso de que el bien esté sujeta a una regla específica de origen que requiera ocho dígitos de conformidad con el anexo al artículo 5-03 del Tratado, deberá declararse a ocho dígitos la clasificación arancelaria que corresponde en el país a cuyo territorio se importe el bien.
- Campo No. 7:** Indique el criterio (de la A a la F) para cada bien descrito en el campo 5. Para poder gozar del trato arancelario preferencial, cada bien deberá cumplir con alguno de los siguientes criterios. Las reglas de origen se encuentran en el capítulo V y en el anexo al artículo 5-03 del Tratado.

Criterios para trato preferencial:

- A. sea un bien obtenido en su totalidad o producido enteramente en territorio de una o ambas Partes;
- B. sea producido en el territorio de una o ambas Partes a partir exclusivamente de materiales que califiquen como originarios de conformidad con el capítulo V del Tratado;
- C. sea producido en el territorio de una o ambas Partes a partir de materiales no originarios que cumplan con un cambio de clasificación arancelaria y otros requisitos según se especifica en el anexo al artículo 5-03 del Tratado y se cumplan las demás disposiciones aplicables del capítulo V del Tratado;
- D. sea producido en el territorio de una o ambas Partes a partir de materiales no originarios que cumplan con un cambio de clasificación arancelaria y otros requisitos y el bien cumpla con un requisito de valor de contenido regional, según se especifica en el anexo al artículo 5-03 del Tratado y se cumpla con las demás disposiciones aplicables del capítulo V del Tratado;
- E. sea producido en el territorio de una o ambas Partes y cumpla con un requisito de valor de contenido regional, según se especifica en el anexo al artículo 5-03 del Tratado, se cumplan las demás disposiciones aplicables del capítulo V del Tratado; o
- F. excepto para los bienes comprendidos en los capítulos 61 al 83 del Sistema Armonizado, el bien sea producido en el territorio de una o ambas Partes, pero uno o más de los materiales no originarios utilizados en la producción del bien no cumplan con un cambio de clasificación arancelaria debido a que:
 - i) el bien se ha importado a territorio de una parte sin ensamblar o desensamblado, pero se ha clasificado como un bien ensamblado de conformidad con la Regla General 21a del Sistema Armonizado; o
 - ii) la partida para el bien sea la misma tanto para el bien como para sus partes y esa partida no se divide en subpartidas o la subpartida sea la misma tanto para el bien como para sus partes;

siempre que el valor de contenido regional del bien, determinado de acuerdo con el artículo 5-04 del Tratado, no sea inferior, salvo que se disponga otra cosa en el artículo 5-27 o en el artículo 5-16 del Tratado, al 50% cuando se utilice el método de valor de transacción o al 41.66% cuando se utilice el método de costo neto y se cumplan las demás disposiciones aplicables del capítulo V del Tratado.

- Campo No. 8:** Para cada bien descrito en el campo 5, indique "VT" cuando el valor de contenido regional (VCR) del bien haya sido calculado con base en el método de valor de transacción, o "CN" cuando el VCR del bien haya sido calculado con base en el método de costo neto. Si el VCR se calculó de acuerdo al método de costo neto, indique las fechas de inicio y conclusión (día/mes/año) del período de cálculo. Véase el párrafo 4, sección 8, anexo al artículo 5-01 del Tratado.
- Campo No. 9:** Este campo deberá ser llenado únicamente cuando el exportador sea el productor del bien. Si para el cálculo del origen del bien se utilizó alguna de las otras instancias para conferir origen, indique lo siguiente: "DMI" (de mínima), "MAI" (materiales intermedios), "ACU" (asociación) y "BAMF" (bienes y materiales auxiliares). En caso contrario, indique "NO".
- Campo No. 10:** Este campo deberá ser llenado, firmado y fechado por el exportador. La fecha deberá ser aquella en que el certificado se llenó y firmó.

II.- PROPUESTA SOBRE ALGUNAS MODIFICACIONES A LA ORGANIZACIÓN DE LA EMPRESA.

Para llevar a cabo el programa de exportación, motivo del presente trabajo, se requiere de algunas modificaciones en la estructura y organización de la empresa.

El Consejo de Administración, la Dirección, y la Gerencia General tienen las mismas facultades, sólo que ahora tendrán otros dos departamentos más: Control de calidad y Mercadotecnia.

En lo que respecta a los departamentos de Contabilidad y Crédito y Cobranza quedan con las mismas actividades que antes pero añadiendo los movimientos de las ventas del exterior. Así mismo el departamento de Informática sigue con las mismas actividades y añadiendo los diseños que se requieran para el mercado internacional.

Se propone quitarle al departamento de ventas el almacén para que sea el departamento de compras el que quede como jefe inmediato de éste para que se coordinen de una mejor manera las compra de mercancía, su recepción y control.

Control de calidad: este nuevo departamento se va a encargar de checar precisamente la calidad de los productos que lleguen al almacén para asegurarse de que estén en las condiciones que se pidieron al proveedor, así como seleccionar los productos que se envíen de muestra a los clientes, tanto nacionales como internacionales. El departamento debe estar en constante inter-relación con los departamentos de compras y almacén. Ver anexo 4

Mercadotecnia: para un servicio más completo a los clientes es necesaria la creación de un departamento especializado en el área de mercadotecnia que tenga sus actividades propias y bien definidas. Se propone que el departamento

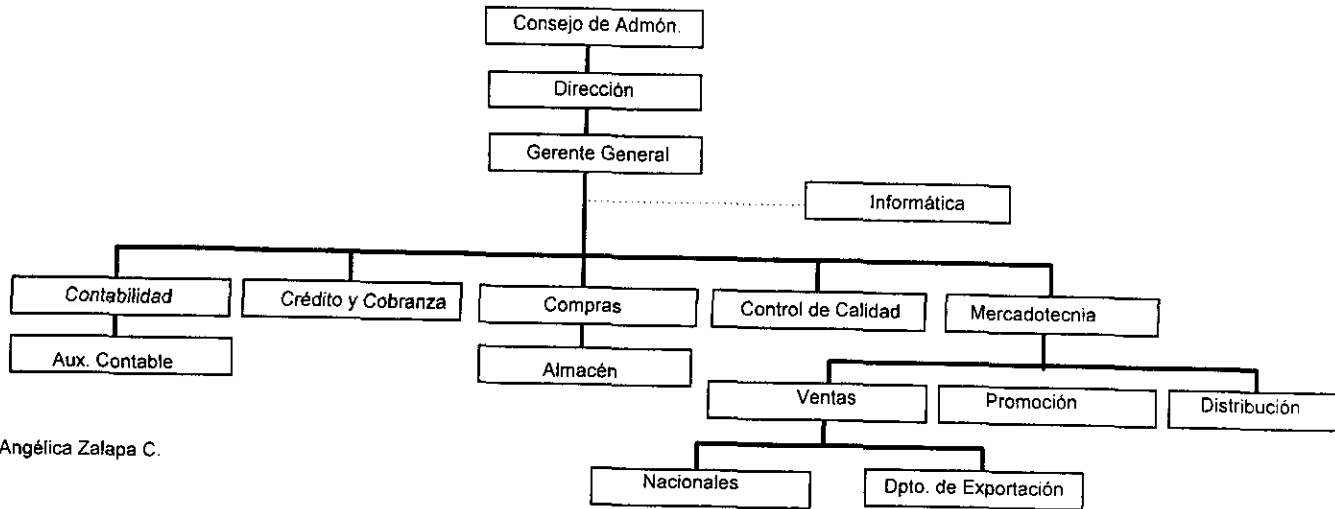
de ventas ahora quede a cargo de mercadotecnia y que sea apoyado para su planeación y control de otras dos áreas: Promoción y Distribución de las cuales se describen sus funciones en el punto IV del presente capítulo. Ver Anexo 4

Este nuevo departamento requiere de una constante coordinación y *comunicación con todas las áreas de la empresa para informarles de sus decisiones y colaboren con ello al logro del objetivo de la empresa: MEJORAR LA CALIDAD EN EL SERVICIO A LA CLIENTELA PARA INCREMENTAR LAS VENTAS Y POR LO TANTO LAS UTILIDADES.*

Exportación: el departamento de exportación se encargará la planeación, control de las ventas internacionales desde la búsqueda de clientes, lograr pedidos, *supervisar el surtido, investigación de costos de fletes, proponer medios para el envío, llevar a cabo los trámites de aduanas, investigación de aranceles, llenado de certificados de origen y poner la mercancía hasta la aduana de salida (ver anexo 5).* Una vez que investigue si el cliente ha recibido su pedido se encargará de dar el correspondiente seguimiento a la venta para verificar que todo haya salido como estaba programado y de ser posible mejorar cada vez más el servicio para próximas ventas al cliente (ver anexo 6). Para el desarrollo de las funciones antes mencionadas, el departamento va a estar apoyado siempre por todo el área de mercadotecnia y sus otras dos secciones: Promoción y Distribución. Ver Anexo 4

ANEXO 4
"Accesorios Musicales, S.A. de C.V."

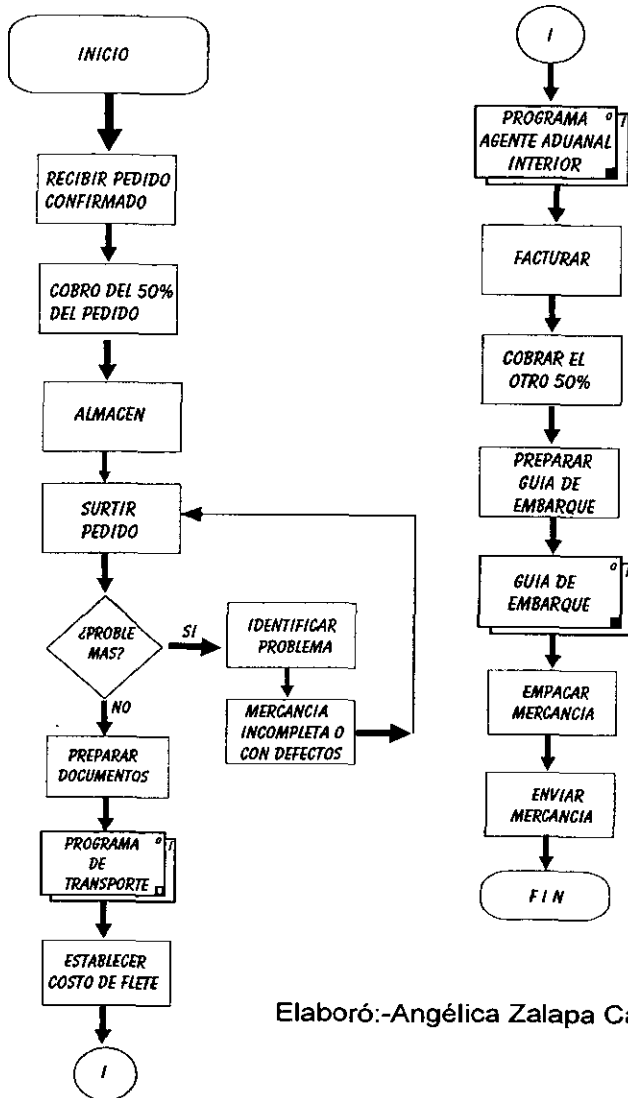
ORGANIGRAMA



Elaboró: Angélica Zalapa C.

ANEXO 5

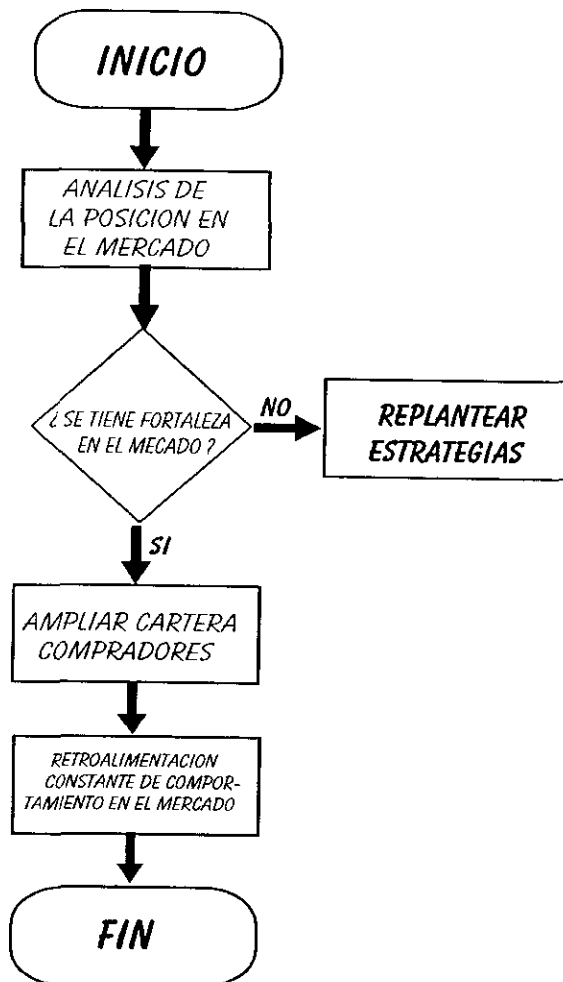
DIAGRAMA DEL PROCESO DE EXPORTACIÓN



Elaboró:-Angélica Zalapa Castañeda

ANEXO 6

DIAGRAMA PARA EL SEGUIMIENTO A LA EXPORTACIÓN



Elaboró: Angélica Zalapa Castañeda

III.- PROPUESTA PARA LOS PAGOS INTERNACIONALES

Uno de los puntos claves para el éxito de las operaciones de comercio internacional es la elección de la forma más adecuada para recibir o efectuar los pagos en las transacciones comerciales. Debido a que los participantes de éstas transacciones se encuentran en países diferentes se presentan grandes diferencias; una de ellas es el régimen legal que regula el comercio internacional en los respectivos países participantes.

Por ello es muy importante que la empresa evalúe y defina la forma y plazos de pago para sus transacciones.

Una vez que la empresa se decida a la forma en que se van a realizar los pagos, debe investigar si existe (en el país con el que inicie transacciones) un banco corresponsal con el banco que ella trabaje porque así los bancos mantienen una comunicación y seguimiento seguros a las operaciones de ambas partes, una vez que lo haga debe informarle al cliente.

A continuación se presentan algunas formas de pago de negociaciones internacionales para que con ellas tenga la empresa la opción de elegir la que más se apegue a sus características:

A) CHEQUES

Si los pagos se realizan en cheque es importante que se tenga cuidado, porque las personas físicas que reciben cheques con cargo a los bancos establecidos en el extranjero difícilmente podrán estar seguros si en ese momento la cuenta que los respalda existe o tiene fondos suficientes. El exportador debe recurrir a un banco de su localidad y depositar el cheque; el banco abonará la cantidad equivalente en moneda nacional sólo cuando cobre ese documento en el banco extranjero. Otro riesgo es cuando los compradores y

vendedores entregan cheques postfechados existe la posibilidad de que jamás se pueda cobrar por falta de recursos en la cuenta.

Si la empresa decide utilizar esta forma de pago deberá prestar atención a:

- *Que el nombre del beneficiario se anote correctamente
- *Que las cantidades anotadas con número y con letra coincidan
- *Que el documento no presente alteraciones

Por ello se recomienda que si se elige que los pagos se realicen con cheque lo hagan de manera que el cheque sea certificado para no tener los problemas antes mencionados.

B) GIRO BANCARIO

El giro bancario es un título de crédito nominal porque debe expedirse a nombre de una persona física o de una empresa. Los giros bancarios tienen aceptación internacional porque se pueden emitir casi en cualquier divisa y no es necesario tener cuenta con ningún banco. Tienen negociabilidad restringida porque los bancos sólo los reciben para abono en cuenta, por ello el beneficiario no recibe efectivo y se le exige identificarse ante la institución.

C) ORDEN DE PAGO

Para utilizarla es necesario que el exportador tenga una cuenta bancaria para que los fondos se abonen a ella. Debido a que el banco no puede exigir al exportador que pruebe que las mercancías han sido embarcadas, sólo es recomendable si hay mucha confianza entre las partes.

Intervienen las siguientes partes:

Ordenante: la persona que compra la orden de pago

Beneficiario: la persona que recibirá en la cuenta previamente establecida el importe de la operación.

Banco ordenante: el que recibe el importe de la operación por parte del importador

Banco pagador: El que acepta efectuar el pago mediante el depósito a uno de sus cuenta-habientes.

El importador es el que inicia los trámites en un banco de su localidad. Llena un formato con el nombre y domicilio completo del exportador, la cantidad y la divisa de la orden de pago que requiere así como los datos completos del banco pagador y el número de cuenta en la que deberán abonar los fondos. Con esto el banco ordenante transmite el mensaje para que el giro se abone al beneficiario.

Es importante que la empresa verifique con el banco antes de embarcar la mercancía, si éste fue el convenio, que los fondos respectivos estén acreditados en su cuenta.

D) CARTA DE CRÉDITO

Las cartas de crédito son operaciones independientes de los contratos en los que puedan estar basadas y a los bancos no les afecta ni están vinculados por tales contratos. Es importante que en una cláusula del contrato se estipulen los acuerdos a que hayan llegado las partes para el manejo de la carta de crédito. Los bancos y todas las partes que intervengan en el manejo de una carta de crédito se vinculan solamente con los documentos que se tramitan con base en esa operación, pero no con las mercancías.

E) RECOMENDACIONES A LA EMPRESA PARA TRABAJAR BAJO LOS SIGUIENTES TÉRMINOS:

- Los precios y cotizaciones: F.O.B. Uruapan, Michoacán, México
- Manejar los precios en dólares americanos
- La mercancía viaja por cuenta y riesgo del comprador

- El transporte y seguro de la mercancía es a la elección del comprador
- Los pagos deben realizarse preferentemente de dos maneras:

*Orden de pago a la cuenta y banco de la empresa: enviando el 50% del total del pedido para iniciar su proceso y el otro 50% debe depositarse una semana antes del envío de la mercancía.

*Carta de Crédito: también se recomienda a la empresa esta forma de pago, porque si se logra una buena utilización de ella la operación puede quedar respaldada por el compromiso de pago del banco porque le ofrece confianza al vendedor para que embarque la mercancía antes de recibir el pago pero sabiendo que será el banco quien se obliga a efectuar el pago y no el comprador, mientras que el comprador también tiene la seguridad de que el banco únicamente pagará al vendedor cuando se hayan cumplido todos los requisitos.

Si la empresa decide trabajar con cartas de crédito, se presenta un formato de la misma en el Formato F10.

CONDICIONES GENERALES APLICABLES

- 1° El importe de esta solicitud de establecimiento de carta de crédito irrevocable, así como sus incrementos deberán ser reembolsados en los plazos, términos y condiciones pactados en la Cláusula 5°.
- 2° Esta solicitud de establecimiento de crédito irrevocable está sujeta en lo conducente a los usos y reglas uniformes vigentes para los créditos documentarios aprobados por la Cámara Internacional de Comercio.
- 3° BANCOMEXT en ningún caso será responsable por extravío, errores, demoras o mutilaciones en la tramitación o entrega de las cartas, telegramas o documentos relativos a esta solicitud de establecimiento de carta de crédito irrevocable, ni por la autenticidad, exactitud, o validez de los documentos que habrá que acompañar de conformidad con la presente solicitud. Tampoco será responsable de la descripción, cantidad, medidas, peso, calidad, estado, embalaje, la entrega, o valor o existencia de la mercancía amparada en dichos documentos. Al solicitar el establecimiento de la carta de crédito irrevocable, BANCOMEXT está autorizado a efectuar los cambios en los términos antes expuestos que considere aconsejables.
- 4° El ordenante se obliga a reembolsar a BANCOMEXT el importe correspondiente a las negociaciones, gastos y comisiones inherentes a la solicitud de establecimiento de esta carta de crédito irrevocable al recibo del aviso correspondiente, en el entendido de que empezarán a correr intereses a su cargo desde la fecha de pago efectuado al proveedor o del cargo del banco corresponsal hasta la fecha de reembolso de acuerdo a las tasas de interés vigentes en BANCOMEXT.
- 5° El reembolso de las negociaciones efectuadas al amparo de esta carta de crédito irrevocable resultante de esta solicitud se efectuará:
 - Mediante la aplicación al Depósito en Garantía.
 - A la negociación
 - Al vencimiento del plazo proveedor
 - Con financiamiento en _____ a _____ días después del plazo proveedor
 - Con financiamiento en moneda a _____ a corto plazo (_____ días).
 - Con financiamiento en moneda a _____ a largo plazo (_____ años).
- 6° Para cualquier aclaración les rogamos comunicarse con el Sr. (Srita.) _____ al (los) teléfono (s) _____

Nombre y firma autorizada del ordenante	Puesto
---	--------

Nombre y firma autorizada del ordenante	Puesto
---	--------

Instrucciones: 1. Todas las comisiones y gastos bancarios originados en el extranjero serán por cuenta del beneficiario. 2. No se aceptan negociaciones menores a US Dls. _____ o su equivalente.	Observaciones
--	----------------------

IV.- PROPUESTA DE MERCADOTECNIA INTERNACIONAL

PROGRAMA

1.-ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

Para llevar a cabo un análisis de la competencia la empresa debe hacer una investigación sobre ella a base de preguntas, tales como:

- ¿Existe el producto en el mercado meta?
- ¿Es de producción doméstica o importado?
- ¿Cuál es su calidad?
- ¿Cuál es su precio?
- ¿Cuáles son sus ventas?

2.- ANÁLISIS DEL PRODUCTO

Cuando el producto no es el único en el mercado es también importante que la empresa se haga un autoanálisis para saber que posición ocupa frente a su competencia. Para ello debe tomar en cuenta lo siguiente:

- Ventajas y desventajas con respecto a los productos que ya existen en el mercado
- Definición de la posición del producto en cuanto a calidad, precio y variedad.

3.- DECISIÓN DE EXPORTAR

Una vez analizadas las situaciones de arriba se toma la decisión de exportar y se inicia con el desarrollo del plan o programa de exportación y sus estrategias.

4.- ESTRATEGIAS DE MERCADOTECNIA

Debido a la falta de un departamento interno especializado en la mercadotecnia, se propone lo siguiente:

*La Creación del departamento de mercadotecnia: que se encargará de coordinar las funciones de promoción, distribución y ventas de nacionales y de exportación, así como de realizar las investigaciones de mercado pertinentes, búsqueda constante de clientes, diseño de publicidad y otras actividades propias del departamento.

*La utilización de la mezcla de mercadotecnia adaptada en la que se adaptan los elementos de la mezcla de mercadotecnia a cada mercado meta del exterior que aunque implica mayores costos hay esperanza de obtener mayor participación del mercado y mayores utilidades.

A)ESTRATEGIAS DEL PRODUCTO

El programa consta de dos etapas o fases:

*1a.-Fase: exportación indirecta a través de intermediarios internacionales independientes en la que se necesita menos inversión porque la empresa no necesita una fuerza de ventas en el extranjero situación que es más difícil cuando una empresa se va iniciando en la exportación.

*2a.-Fase: exportación directa una vez que la empresa ya tenga mayor solidez en el mercado internacional puede realizar sus actividades de exportación directamente, es decir enviar vendedores a que busquen más clientes en determinadas épocas del año como lo hace a nivel nacional o buscar distribuidores establecidos en el extranjero.

Otras estrategias que se proponen para el producto son:

*Extensión directa del producto en la que su comercialización se lleva a cabo sin modificarlo (únicamente el empaque)

*Cambio de empaque: mejorándolo para calidad internacional con ideas visuales más atractivas

B) ESTRATEGIAS DEL PRECIO

*Estrategia de mantenimiento del precio por debajo de la competencia pero que el producto siga dando utilidades.

C) ESTRATEGIAS DE DISTRIBUCIÓN

Debe tomarse una decisión sobre los canales de distribución que han de seguirse

*Comercializador-----Mayorista-----Minorista

Se recomienda trabajar con mayoristas que son los que realizan compras de mayor volumen y que son los que tienen más posibilidades de distribuir más rápidamente el producto en su país.

D) ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN

*Promoción por bonos de volumen de compras ya sea bonos para publicidad, descuentos, exhibidores, etc...

*Publicidad: llevar a cabo una publicidad estratégica que ayude a introducir el producto y posteriormente a incrementar las ventas y mantener la imagen.

*Localización del mercado potencial, segmentación a : sindicatos de música, escuelas, cadenas de tiendas departamentales, tiendas especializadas

*Análisis de posibilidades, costos y medios: la empresa no debe perder de vista éstos factores ya que un mal uso de ellos la puede desbalancear financieramente.

*Análisis de ventajas del producto: se recomienda que la empresa realice una investigación sobre la calidad, precio y variedad de líneas de la competencia y que lo plasme en una tabla de tipo tabla comparativa para que la envíe a los clientes potenciales y ellos se den cuenta de las ventajas que tienen con la empresa.

*Implementación de la campaña

Justificación de la publicidad en base a las características del producto:

-No es un producto de consumo masivo, es especializado

-La compra es razonada

-Dada la gran variedad y cantidad de instrumentos, calidades, variedades y modelos será difícil iniciar con publicidad para cada uno.

Por ello se recomienda que la publicidad para este producto sea de imagen que refuerce la marca y su posición en la mente del consumidor.

E.- Creación del slogan para la marca: que sea adecuado y atractivo.

5.- MEDIOS PARA LA PUBLICIDAD

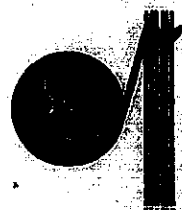
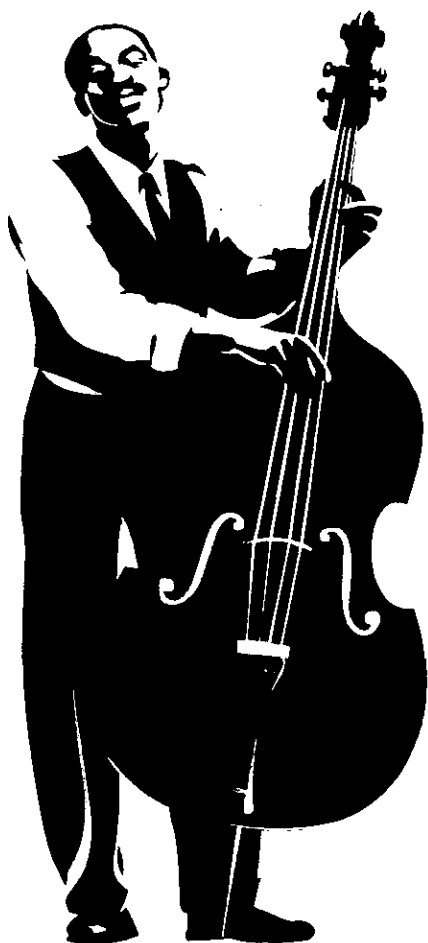
1.-Revista especializada o también de consumo masivo (Anexo 7)

2.-Publicidad de imagen en exteriores: centros culturales (Anexo 8)

3.-En punto de venta: posters, colgantes, lonas, anuncios luminosos, exhibidores (Anexo 9 Y 10)

4.-Institucional: patrocinio de eventos especiales de música (Anexo 11)

Para dar color al sonido.....



Calidad mundial!

El lenguaje de la música es Universal.....



la calidad de las cuerdas
Sonatina también.

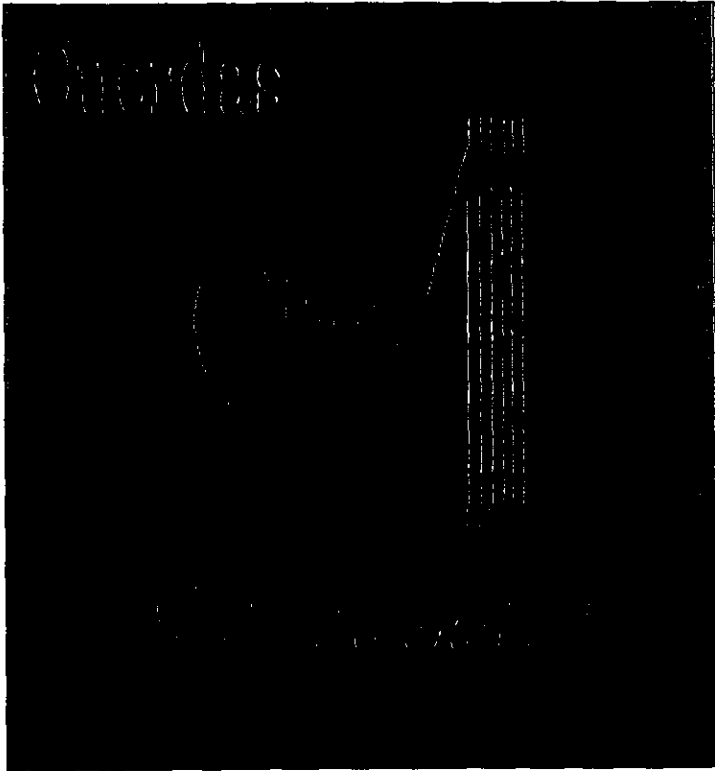


Calidad Mundial!

espectacular



ANEXO 10



manta

ANEXO 11

PROMOCION DE EVENTO (PATROCINIO)
volantes, boletos ,posters etc.



6.- COSTOS DE ENVÍO A LA AGENCIA ADUANAL UBICADA EN FRONTERA

En cuanto al envío de la mercancía se recomienda que la empresa opte por el transporte libre de porte, es decir su obligación termina cuando entrega lo mercancía tramitada para su exportación al transportista que designe el comprador en el lugar convenido.

Se realizó una investigación acerca de los costos actuales para transportar por estafeta con peso límite, a una aduana ubicada en el D.F. que se encarga de los trámites para Costa Rica:

-5 Kg. \$43.70	-30kg. \$101.20
-10kg. \$55.20	-35kg. \$112.70
-15kg. \$66.70	-40kg. \$124.20
-20kg. \$78.20	-45kg. \$135.70
-25kg. \$89.70	

7.- LÍNEAS AÉREAS PARA COSTA RICA

Se propone que los pedidos se envíen por avión: Ver forma 2

Las líneas aéreas reguladoras entre Costa Rica y México son:

- Aviateca S.A.
- Líneas Aéreas de Costa Rica
- Línea Aérea Mexicana de Aviación
- Taca International Airlines, S.A.
- United Airlines
- AeroCosta Rica

**HOJA DE COSTOS PARA EXPORTACION POR VIA AEREA
EN PAIS DE ORIGEN**

C O N C E P T O	VALOR EN PESOS		VALOR EN DOLARES		TIEMPO DIAS
	UNITARIO	TOTAL	UNITARIO	TOTAL	
PRECIO DE EXPORTACION EN PLANTA:					
-PRECIO DE VENTA EN PLANTA					
-EMBALAJE DE EXPORTACION					
-MARCAS, NUMEROS Y ETIQUETAS					
EX WORKS (EN FABRICA)					
EXW (...LUGAR ASIGNADO)					
TRAMITACION DE DOCUMENTOS:					
-PERMISOS					
-AUTORIZACIONES					
-OPINIONES					
-CERTIFICADOS					
-VISAS					
RECOLECCION:					
-ACARREO DE LA BODEGA DEL EXPORTADOR A LA ADUANA DEL AEROPUERTO DE SALIDA					
-RENTA DE EQUIPO PARA MANEJO DE PIEZAS PESADAS (SI SE REQUIERE)					
IMPUESTOS:					
-DE EXPORTACION (EN SU CASO)					
DESPACHO ADUANAL:					
-DOCUMENTACION					
-GASTOS COMPLEMENTARIOS 1/					
-HONORARIOS					
-FINANCIAMIENTO 2/					
SEGURO DE LA MERCANCIA:					
-HASTA ABORDO DEL AVION					
FREE CARRIER (TRANSPORTE LIBRE)					
FCA (...LUGAR ASIGNADO)					
TRANSPORTE:					
-FLETE DE TRANSPORTE AEREO					
FLETE PAGADO A... (CARRIAGE PAID TO...)					
CPT (...LUGAR DE DESTINO ASIGNADO)					
SEGURO DE TRANSPORTE:					
-HASTA LUGAR DE DESTINO CONVENIDO					
FLETE Y SEGURO PAGADO A...					
(CARRIAGE AND INSURANCE PAID TO.)					
CIP (...LUGAR DE DESTINO ASIGNADO)					

1/ Para precio FCA estos gastos se aplicarán sobre el valor factura. Para precio CIP se aplicarán sobre valor factura, más gastos comprobados, incluyendo derechos e impuestos. Es recomendable que en la factura se desglose el precio FCA Y CIP (en caso de utilizarse este último término).

2/ Este cargo se aplicará sobre el importe que comprobadamente desembolse el agente para cubrir los gastos que genere la operación, el cual podrá evitarse si se anticipan dichos fondos.

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

**HOJA DE COSTOS PARA EXPORTACION POR VIA AEREA
EN PAIS DE DESTINO**

C O N C E P T O	VALOR EN PESOS		VALOR EN DOLARES		TIEMPO
	UNITARIO	TOTAL	UNITARIO	TOTAL	DIAS
MANIOBRAS:					
-DE A BORDO DEL AVION A BODEGA CONVENIDA					
SEGURO DE LA MERCANCIA:					
-HASTA BODEGA CONVENIDA					
RECOLECCION:					
-MANIOBRAS DE BODEGA HASTA MODO DE TRANSPORTE CONVENIDO.					
TRANSPORTE (PAIS DE DESTINO):					
-FLETE DE LA ADUANA DE IMPORTACION AL LUGAR DE DESTINO CONVENIDO:					
SEGURO DE TRANSPORTE:					
-HASTA LUGAR DE DESTINO CONVENIDO					
DDU: DELIVERED DUTY UNPAID 1/ (ENTREGADO CON IMPUESTOS SIN PAGAR)					
TRAMITACION DE DOCUMENTOS (EN PAIS DE DESTINO):					
-PERMISOS					
-AUTORIZACIONES					
-CERTIFICADOS					
-OTROS					
IMPUESTOS :					
-DE IMPORTACION (EN CASO DE ESTAR GRAVADO EL PRODUCTO).					
-OTROS DERECHOS (IMPUESTOS)					
DESPACHO ADUANAL:					
-HONORARIOS					
-DOCUMENTACION					
-GASTOS COMPLEMENTARIOS					
OTROS GASTOS:					
-OTROS GASTOS CAUSADOS EN PAIS DE DESTINO					
DDP: DELIVERED DUTY PAID 2/ (ENTREGADO CON IMPUESTOS PAGADOS)					
1/ Se excluyen los aranceles, impuestos de importación y otros gastos oficiales que incluya la importación, se deberá establecer si se contempla el pago de otros impuestos como el IVA.					
2/ Se incluyen los aranceles, impuestos de importación y otros gastos oficiales que incluya la importación, se deberá establecer si se contempla el pago de otros impuestos como el IVA.					
NOTA: ESTE FORMATO ES ÚNICAMENTE ENUNCIATIVO POR LO QUE ESTA CONDICIONADO A LAS NECESIDADES DE CADA USUARIO RESPECTO AL CONTRATO Y/O CONTENIDO DEL INCOTERM UTILIZADO.					

Es también importante que la empresa esté enterada de que al iniciar actividades de comercio exterior puede entrar en relación con instituciones públicas y privadas como:

8.- INSTITUCIONES PÚBLICAS Y PRIVADAS RELACIONADAS CON LA EXPORTACIÓN

Secretaría de Comercio y Fomento Industrial

Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial

Secretaría de Gobernación

Secretaría de la Defensa Nacional

Secretaría de Hacienda y Crédito Público

Banca Comercial

Compañía Mexicana de Seguros de Crédito, S.A.

Banco Nacional de Comercio Exterior

Comisión Mixta para la Promoción de exportaciones

Nacional Financiera

Programa Bolívar

Secretaría de Relaciones Exteriores, etc...

CONCLUSIONES

Algunas empresas piensan que exportar es una tarea fácil y que nada más consiste en decidirse a hacerlo sin tener idea de todo lo que se requiere. A través del desarrollo de la presente investigación se observó la cantidad de trámites, permisos, documentos y asesorías que una empresa requiere desde el momento en que decide iniciar actividades de exportación. Para ello las empresas deben estar muy bien equilibradas y organizadas para incursionar con éxito en un mercado internacional, es decir, por lo menos deben reunir lo siguiente:

- El producto que ofrezcan debe tener la calidad, precio y volumen adecuados para poder ser competitivo.
- Debe también conocerse al mercado seleccionado para saber que ventajas y desventajas le trae el negociar con determinado país
- La demanda existente del producto, las divisas utilizadas en el país de destino y la distribución del producto.

Un factor importante es que México al inscribirse a diferentes tratados internacionales de comercio está logrando que sus empresas que realizan actividades de importación y exportación adquieran ciertas preferencias arancelarias es decir que no paguen impuestos o que por lo menos las tarifas sean más bajas siendo esto una ventaja para que las empresas mexicanas estén motivadas a prepararse para iniciar actividades en el extranjero.

En el caso concreto de la empresa analizada, gracias a la información proporcionada a lo largo del trabajo sobre sus antecedentes, historia, estructura, y la situación actual sobre la forma de operar con sus 3 clientes en el extranjero se notaron ausencias de algunos elementos para abrir más mercados y continuar con actividades de exportación. Pero a pesar de ello la empresa cuenta con un producto de calidad y precio que puede competir aún en un mercado internacional, con la capacidad operativa y financiera para iniciar operaciones de

mayor dimensión de las que realiza actualmente y con la demanda del producto en el mercado seleccionado.

El realizar una breve investigación sobre las *variables socioeconómicas* que pueden llegar a intervenir en las actividades de importación del país elegido "Costa Rica", permitió el crear un marco de referencia para realizar las diferentes propuestas (expuestas en el último capítulo) sobre: algunas modificaciones a la estructura de la organización, los pagos para las transacciones y un pequeño programa de mercadotecnia y medios de publicidad para que la empresa tenga *una base que le sirva para orientarse en sus futuras actividades de exportación, que finalmente era el objetivo del presente trabajo de investigación.*

BIBLIOGRAFÍA

LIBROS

1.-Abdala Mirwald Mario

“Entorno Internacional de la Empresa”

Bancomext

1991

México

2.-Bancomext

“Costa Rica, Mercado para Productos Mexicanos”.

Bancomext

1994.

México

3.-Barradas, Marco Antonio

“Modalidades de Pago Internacional”

Bancomext

1991

México

4.-Cuerpo de Asesores del Banco Nacional de Comercio Exterior

“Guía Básica del Exportador”

Bancomext

1995

México

4.-Kotler, Philip

“Fundamentos de Mercadotecnia”

Diana

1991

México

5.-Kotler, Philip

“Dirección de Mercadotecnia”.

Diana

1985.

México

6.-Ortiz Flores Francisco Javier

"Competitividad Internacional de la Empresa".

Bancomext

1991.

México

7.-Stanton, William J.

"Fundamentos de Mercadotecnia"

Mc. Graw Hill

1988

México

REVISTAS

1.-Dirección de la Revista Comercio Exterior

"Comercio Exterior": Tratado de libre Comercio del Grupo de los Tres

Bancomext

Julio de1994

México

2.-**"El Mercado de Valores": Tratado de Libre Comercio México-Costa Rica**

Nafin

Mayo de1994

México

3.-**"Medidas Comerciales y Aduaneras Internacionales": Tratado de Libre Comercio México-**

Bolivia

Bancomext

1995

México

4.-Michel, Néstor

"Línea Universitaria": Tratado Comercial México-Chile

Línea Universitaria Editores, S.A. DE C.V.

Noviembre de1991

México

PERIÓDICOS

1.- Márquez David

“La Jornada”: Radiografía del Comercio Exterior

Febrero de 1996

México