



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA  
DE MÉXICO**

23  
2g

**FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN  
DIVISIÓN DE ESTUDIOS DE POSGRADO E  
INVESTIGACIONES**

**¿CÓMO SE PUEDE INCREMENTAR LA  
PROPORCIÓN DE EXPORTACIONES DE  
ALGUNOS PRODUCTOS CLAVE DE KENIA  
EN LAS IMPORTACIONES MEXICANAS?**

**T E S I S**

**QUE PARA OBTENER EL GRADO DE  
MAESTRO EN ADMINISTRACIÓN  
(ORGANIZACIONES)**

**P R E S E N T A ·  
LIC. ELIUD WANGONDU GITHINJI**

**ASESOR DEL PROYECTO  
M.A. VICTOR ALFARO JIMENEZ  
ASESOR DE METODOLOGÍA:  
M.A. RIGOBERTO GONZÁLEZ LÓPEZ**

**CIUDAD UNIVERSITARIA, NOVIEMBRE DE**

**1999**

**TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN**

27 3155



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.

## DEDICATORIA

A mi familia por su amor, comprensión, apoyo durante todo este tiempo mismos que fueron necesarios para mí para llevar a cabo este quehacer académico y estancia en México .

En especial:

A mi esposa *Cecilia Ngima Wangonde*, con todo mi amor y cariño, por su apoyo incondicional.

A mis padres *Nicholas Githinji Gakuru* y *Susan Wangui Githinji* por haberme inculcado la ética de trabajo y superación personal.

A nuestros hijos: *Rose Nyawira Wangonde* (de La Fuerza Policiaca, Nakuru Kenia), *Grace Wangui Muchemi* (de NAS, Nairobi, Kenia), *Alex Githinji Wangonde*( previamente del CEPE, campus la ciudad de México y ahora en Philadelphia; USA) y *Caroline Muthoni Wangonde* ( Nairobi, Kenia).

A mis hermanos, cuñados y sobrinos: Joe, Moses, Grace, Catherine, Elias, Isaac, Jane y Mwai.

A todos los demás familiares que me han ayudado de una forma u otra para salir adelante en el transcurso de mi vida y en especial *Alex K. Mureithi* de la empresa *Sunrays Gardens*. Nairobi, Kenia.

## AGRADECIMIENTOS

Al gobierno mexicano a través de la Secretaría de las Relaciones Exteriores (SRE) por haberme otorgado la beca que hizo posible perseguir los estudios correspondientes a la Maestría en Administración[Organizaciones].

En particular, le agradezco a la Directora del Intercambio Académico y Becas, Lic. Luz Baños y a todos los funcionarios que trabajan con ella en este departamento de SRE.

Al gobierno de Kenia por haberme permitido salir de Kenia a México y al mismo tiempo el haberme dado una licencia de estudio con vigencia de todo el tiempo que estaba en México.

Al profesorado del CEPE (Centro de Enseñanza Para Extranjeros) campus de Taxco, Guerrero que me impartieron clases del idioma español durante mis primeros ocho meses de estancia en México, mismas que formaron una firme base para mis estudios subsecuentes.

Asimismo, agradezco a todos mis compañeros de dicha institución con que estudiamos juntos durante los cinco niveles del español que cursamos allá.

A todas las amistades de la comunidad de Taxco con los que compartimos unos felices momentos en aquella época.

De manera muy especial, agradezco al profesorado de la Facultad de Contaduría y Administración, UNAM y a todos los funcionarios y conocidos de dicha facultad que me brindaron mucho apoyo de una manera u otra.

Cabe dar una mención a los funcionarios de la coordinación de la maestría, los de la biblioteca tanto de licenciatura como la del posgrado y finalmente los del salón de cómputo.

Aun más importante doy agradecimientos muy especiales a mis asesores de esta tesis por su comprensión, ayuda incondicional y tolerancia durante todo el tiempo en que estaba desarrollando esta árdua tarea. Al respecto, hago una mención al M.A. Víctor Alfaro Jiménez con el que nos reunimos en diversas sedes y en momentos muy extraordinarios con el propósito de llevar a cabo esta tarea. A él le debo muchas gracias.

De igual manera doy los agradecimientos especiales a mi asesor de la metodología MA Rigoberto Gonzalez Lopez con que compartimos la idea original en torno al tema aquí abordado y al mismo tiempo nos sentamos muchas horas analizando los diversos

aspectos en torno al mismo.

A todos los organismos que me ayudaron con la información que requería:

Banco Nacional de Comercio Exterior ( Bancomext)  
Periférico Sur 4333. Col. Jardines en la Montaña. C:P:14210  
Teléfono 52279000  
Fax: 52279082.

Secretaría de Comercio y Fomento Industrial ( SECOFI)  
Insurgentes Sur 1940, Piso 10  
Teléfono 52296100, ext.3800  
Faxes: 52296109 y 52296110

Cámara Nacional de Comercio de la Ciudad de México ( Canaco)  
Paseo de la Reforma núm. 42  
06048 México, D.F  
Delegación Cuauhtémoc  
Teléfono 55922677  
Télex: 51777262 CNCOME  
Fax: 55986988

La Organización de las Naciones Unidas ( ONU)  
Presidente Masaryk #29  
Col. Chapultepec Morales  
Teléfono 52501555  
Fax 52038638

Agradezco también al grupo del Dr. José Nava Segura que reúne continuamente en el Hospital General de la Ciudad de México. Quiero hacer una mención especial a la Dra. Sonia Bermejo Sanchez, el Dr. y Abogado Alfredo Trigo Marques, Dr. Oliver Mwalimu, Dr. Roberto Mendoza, entre otros, mismos que son integrantes de este grupo.

Finalmente, y muy importante, doy gracias a Dios por todo su bondad y benevolencia y por haberme dado la salud durante todo el tiempo que estaba estudiando en México.

## ÍNDICE

Dedicatoria	2
Agradecimientos	3-4
<b>CAPÍTULO I: ANTECEDENTES DE KENIA Y MÉXICO Y METODOLOGIA DE LA INVESTIGACIÓN</b>	<b>8-37</b>
Introducción	8-9
I.1 Antecedentes de Kenia y México	10-29
I.1.1 Los datos generales de la república de Kenia, 10	
I.1.2 Los datos generales de Los Estados Unidos Mexicanos, 19	
I.2 Metodología de la investigación	30-37
I.2.1 El plantamiento del problema de la investigación, 30	
I.2.2 El objetivo general de la investigación, 30	
I.2.3 Los objetivos específicos de la investigación, 30	
I.2.4 Las preguntas de la investigación, 31	
I.2.4.1 La justificación de la investigación, 31	
I.2.5 Diseño de la investigación, 32	
I.2.6 El tipo de la investigación, 35	
I.2.7 Diseño del muestreo, 35	
I.2.7.1 Criterio de inclusión y exclusión, 36	
I.2.8 Identificación de las variables, 36	
I.2.9 Los instrumentos de la investigación, 36	
I.2.10 Análisis e interpretación de los hallazgos, 36	
<b>CAPÍTULO II: EL PROCESO DE EXPORTACIÓN</b>	<b>38-68</b>
II.1 Teoría de comercio internacional, 38	
II.1.1 El mercantilismo, 38	
II.1.2 La ventaja absoluta, 39	
II.1.3 La ventaja comparativa, 40	
II.1.4 Teoría de la dotación de los factores, 42	
II.1.5 Teoría del ciclo de vida de los productos internacionales, 42	
II.2 Agentes de cambio	
II.2.1 Agentes de cambio internos, 44	
II.2.2 Agentes de cambio externos, 46	
II.3 Los motivos para internacionalizarse, 47	
II.3.1 Motivos proactivos, 49	
II.3.2 Motivos activos, 50	

- II.4 Las etapas de internacionalización, 54
- II.5 Las inquietudes sobre la internacionalización, 56
- II.6 Estrategia corporativa y exportación, 67

## **CAPÍTULO III: LAS BARRERAS CONTRA EL COMERCIO**

**69-88**

- III.1 Causas de las barreras contra el comercio, 69
- III.2 Las barreras de uso común, 70
  - III.2.1 Barreras basadas en el precio, 70
  - III.2.2 Límites de cantidad, 70
  - III.2.3 Fijación de precios internacionales, 70
  - III.2.4 Límites financieros, 71
  - III.2.5 Controles de la inversión extranjera, 71
- III.3 Barreras no arancelarias, 72
  - III.3.1 Cuotas, 73
  - III.3.2 Restricciones a las exportaciones, 73
  - III.3.3 Restricciones a la política de comprar productos nacionales, 73
  - III.3.4 Valuación de derechos aduanales, 74
  - III.3.5 Las barreras técnicas, 74
    - III.3.5.1 Legislación antidumping, subsidios y aranceles compensatorios, 75
    - III.3.5.2 Productos agrícolas, 75
- III.4 Aranceles, 76
  - III.4.1 Clasificación de los aranceles, 76
  - III.4.2 El impacto de un arancel, 79
  - III.4.3 Los motivos para imponer los aranceles, 79
- III.5 Balanza de pagos, 80
  - III.5.1 La estructura general de la balanza comercial de pagos, 81
  - III.5.2 Categorías general de la balanza de pagos, 85
    - III.5.2.1 La cuenta corriente, 86
    - III.5.2.2 Servicios, 86
    - III.5.2.3 Transferencias internacionales, 87
    - III.5.2.4 La cuenta de capital, 87
    - III.5.2.5 Reservas, 88

## **CAPÍTULO IV: LAS FORMAS DE PAGOS INTERNACIONALES**

**89-103**

- IV.1 Cheques, 90
- IV.2 Giro bancario, 91
- IV.3 Orden de pago, 91
- IV.4 Cobranzas bancarias internacionales, 93
- IV.5 Cartas de crédito, 94

IV.5.1 Modalidades de la carta de crédito, 97	
IV.5.1.1 Revocables, 98	
IV.5.1.2 Irrevocables, 98	
IV.5.1.3 Notificada, 99	
IV.5.1.4 Confirmada, 99	
IV.5.1.5 Por su disponibilidad de pago, 99	
IV.5.1.6 Revolventes, 99	
IV.5.1.7 Transferible, 100	
IV.5.1.8 Standby , 101	
Conclusiones y recomendaciones, 102	
Notas a pie	104
Bibliografía	105
Anexos	



# **CAPÍTULO I: METODOLOGIA DE LA INVESTIGACIÓN Y ANTECEDENTES DE KENIA Y MÉXICO**

## **INTRODUCCIÓN**

Esta investigación consta de cuatro capítulos.

El primer capítulo trata de los antecedentes de Kenia y México y la metodología de la investigación. Los antecedentes de ambas naciones sujetas de este estudio nos ayuda a entender los varios ámbitos o perfiles asociados con cada socio comercial internacional bilateral.

La metodología de la investigación abarca el conjunto de los pasos necesarios para llevar a cabo una investigación científica que acuerde con la expectativa de esta disciplina. Sin embargo, se advierte que dichos pasos se adaptan a la naturaleza de esta investigación.

En el segundo capítulo trata de los conocimientos más trascendentales y recientes en cuanto a la actividad exportadora.

Se considera la exportación como una actividad útil y necesaria para el aumento del bienestar de los nacionales de cualquier país involucrado activamente en el marketing internacional.

La exportación también se considera como un proceso que consiste de ciertas etapas a través se aborda temas tales como las teorías básicas que sustentan por qué exportar. Tales teorías incluyen la del mercantilismo, la de la ventaja absoluta, la de la dotación de factores y la del ciclo de vida de los productos internacionales.

En este mismo apartado son tratados aspectos de la exportación tales como los participantes del marketing internacional y específicamente los agentes de cambio que apoyan el esfuerzo exportador. Son considerados, también los principales motivos y inquietudes asociados con la exportación. El capítulo acaba tratando de las diversas estrategias al alcance de las corporaciones respecto a la exportación.

El siguiente capítulo trata de e las barreras actuales, tanto de naturaleza arancelaria y no arancelaria. Los aranceles son tratados por separado por la trascendencia que tienen dentro del marco del comercio internacional para la mayoría de las naciones involucrados en éste.

La balanza de pago esta encajonada dentro de este capítulo por la importancia que

tiene en el registro de las diversas transacciones que se llevan a cabo durante un período contable entre las naciones socias.

La balanza de pagos se define de acuerdo al FMI y se muestra claramente como se puede asentar diversos ítems del intercambio bilateral según el formato proveído por este organismo multinacional, utilizando el sistema contable de partida doble.

Se da también la clasificación de los diferentes elementos que comprende este documento, entre ellos la cuenta corriente, servicios, transferencias internacionales, la cuenta de capital y reservas.

El cuarto y último capítulo examinar principalmente las formas de pagos internacionales y da un énfasis especial a la carta de crédito( incluso las modalidades involucradas) por su amplio uso en el comercio internacional.

Este mismo apartado cita tales formas como cheques, giro bancario, orden de pago y cobranzas bancarias internacionales y al mismo tiempo intenta explicar el funcionamiento de cada de ellas. Menciona también los derechos y obligaciones de las partes involucradas en conexión a cada documento de pago internacional.

Al finaly del mismo capítulo se provee ciertas conclusiones y recomendaciones dirigidas al mejoramiento del comercio entre México y Kenia.

## KENIA Y MÉXICO

### I.1 ANTECEDENTES DE LOS ~~SOCIOS DEL COMERCIO BILATERAL~~ -- MÉXICO Y KENIA--

#### *I.1.1 Los datos generales de la republica de Kenia*

Para poder comerciar con Kenia, el empresario potencial tiene que contar con toda la información necesaria especialmente respecto a los aspectos geografico demográficos, económicos, culturales, políticos, etc.

Este apartado trata de lograr este fin a través de proporcionar al lector la parte más importante al respecto.

La información aquí presentada proviene mayoritariamente del *Almanaque Mundial de 1998*, tanto para Kenia como para Los Estados Unidos Mexicanos, comúnmente conocido simplemente con el nombre de México.

Kenia es uno de más de 50 países que conforman el Continente de Africa. Se ubica al Este de este continente. Esta república tiene los siguientes países como sus vecinos: Etiopia y Sudan en el norte; Somalia en el Oriente; Uganda en el Occidente y Tanzania en el Sur. También tiene frontera con el Océano Índico al Sureste (véase el anexo no. VI.1 en el apartado correspondiente).

Otra información relevante respecto a esta nación es como sigue:

#### **Nombre oficial:**

Se llama República de Kenya o Jamhuri Ya Kenya en Swahili. Se conoce como Republic of Kenya en Inglés también.

**Area Total (km<sup>2</sup>):** 582 650 km<sup>2a</sup>

Tierra: 569 250 km cuadrados.

Agua: 13 400 km cuadrados.

**Fronteras terrestres:**

Total: 3 446 km.

Países vecinos: Etiopia 830 km, Somalia 682 km, Sudan 232 km, Tanzania 769 km, Uganda 933 km.\*

**Utilización del terreno:**

Terreno cultivable, 7%

Cosecha permanente, 1%

Pasto permanente, 37%

Bosques, 30%

Otros, 25% (1993 estimación)

**Costas (km):** 5536

**Límites marítimos** (mi nauticas): 12 (el mar territorial); 200 (zona económica exclusiva)

**División Política:** 7 provincias y el distrito provincial de la capital.

**Capital:** Nairobi (fue fundada en 1905).

**Unidad monetaria:** Cherín de Kenya (Ksh.); 1 Chelín de Kenya = 100 centavos.

**Idioma(s):** (oficiales) Inglés y swahili; (no oficiales) Kikuyu; otras lenguas bantúes; Luo; lenguas nilóticas; lenguas oromos; somalíes; lenguas semíticas.

**Fiesta nacional:** 12 dic; independencia

**Gentilicio:** Keniano

**Hora Oficial:** GM:T +3 horas

**Miembro de:**

ONU; OAU, Commonwealth y otros organismos internacionales.

## **PERFIL DEMOGRÁFICO**

**Población (hab.):** 28 337 071 (July 1998 est.)

**Crecimiento poblacional:** 1.71% (1998 est.)

**La estructura poblacional por edades:**

0 \_ 14 años: 44% ( masculino 6 248 260; femenino 6 109 443)

15\_ 64 años: 54% (masculino 7 609 631; femenino 7 607 810)

65 años y más: 2% ( masculino 333 881; femenino 428 046) ( July 1998 est.).

**Densidad de población** ( habitantes / km<sup>2</sup>): 50.0 (1996)

**Crecimiento poblacional (%):** 1.71 (1998 est.)\*

**Natalidad:** 31.68 por cada 1 000 habitantes (1998 est.)

**Mortalidad:** 14.19 (1998 est.)

**Tasa de migración neta:** -0.35 inmigrantes por 1000 de habitantes (1998 est.)

### **Razon por sexo:**

Al nacer: 1.03 masculino/ femenino

Bajo 15 años: 1.02 masculino/ femenino

15 - 64 años: 1masculino/ femenino (1998 est.)

**Edad promedio: ( años):** 16,1 ( 1995)

**Capital ( hab.) (1991):** 2 000 000

**Ciudades Principales (hab.) (1991):**

Mombasa, 600 0000; Kisumu, 201 100; Nakuru, 124 200;machakos, 92 300 (1983)

### **PERFIL CULTURAL**

**Alfabetismo:** La edad 15 y más pueden leer y escribir

Población total: 78.1%

Masculino: 86.3%

Femenino:70% (1995 est.)

**Religión :** Protestantes incluso a los Anglicanos, 38%; Catolicos Romanos, 28%; Creencias tradicionales, 26%; Musulmanes, 6.0; Otros cristianos, 2.0

### **BIENESTAR SOCIAL**

**Calorias per capital diarias:** 2 075.0 (1992)

**Esperanza de vida al nacer (años):** 47.57 años

Masculino: 47.02 años

Femenino: 48.13 años (1998 est.)

Tasa de fertilidad total: 4.07 niños nacidos por cada mujer (1998 est.)

Los grupos étnicos: Kikuyu, 22%; Luhya, 14%; Luo, 13%; Kalenjin, 12%; Kamba, 11%; Kisii 6%; Meru, 6%; Otros Africanos, 15%; No Africanos, (Asiáticos, Europeos y Arabes) 1%.

**Mortalidad infantil:** 71.0 (1990- 1995)

## **PERFIL ECONOMICO**

**Vista panorámica :** Desde 1993, el gobierno ha implementado un programa de reforma económica junto con la liberalización de la misma.

Algunas de las medidas tomadas incluyen las siguientes: La cancelación de las licencias de importación y el control de precios, la eliminación del control de las divisas, restricción fiscal monetaria, la reducción del sector público por medio de privatización de las empresas que se encuentran en las manos del público y recorte de la fuerza laboral gubernamental.

Con el apoyo del Banco Mundial, FMI, y otros donantes, estas reformas han generado un giro total en el desempeño económico después de un crecimiento económico negativo de los años de 1990.

El PIB real de Kenia creció en 5% en 1995 y en 4% en 1996, y la inflación se quedó bajo control. El crecimiento se desalentó en 1997.

La violencia política dañó la industria turística, y el FMI impuso un Programa del Ajuste Estructural ( *SAP por sus siglas inglesas*) debido a que el gobierno se puso reactivo en cuanto al establecimiento de las condiciones de la reforma y de dirigirse adecuadamente a la corrupción prevaleciente en el sector público.

Además, las lluvias del Niño destruyeron la cosecha y dañaron la infraestructura que estaba desgastada ya en 1997 y que continuó en 1998.

Las barreras a largo plazo al desarrollo incluyen deficiencia de electricidad, el continuo y ineficiente dominio de los sectores principales por parte del gobierno, la endémica *corrupción*, y la alta tasa de crecimiento poblacional nacional.

Los siguientes datos aplican al sistema económico de Kenia en actualidad:

**El PIB:** La paridad del poder adquisitivo \_ \$ 45.3 billón ( 1997 est.)

El crecimiento real del PIB: 2.9% ( 1997 est.)

**Composición por sectores:**

Agricultura : 27%

Industria: 20%

Servicios: 53%

**La tasa inflacionaria - Índice de precios al consumidor: 8.8% (1996)**

**Fuerza laboral:**

Total: 8.78 millones(1993 est.)

Por ocupación: agricultura, 75% -80%,; No agrícola, 20%-25%

**Tasa del desempleo:** 35% urbana (1994 est.)

**Presupuesto:**

**Ingreso:** \$ 3 billón

**Gasto:** \$ 3 billón, incluyendo los gastos de capital de \$ 638 millones  
(Año fiscal de 1996/1997 est.)

**Industrias:** Los bienes del consumo a pequeña escala ( plástico, muebles, baterías, textiles, jabón, cigarros, harina, procesamiento de productos agrícolas, refinación de petróleo, cemento; turismo.

**La tasa de crecimiento de la producción industrial:** 3.8% (1995)

**La capacidad eléctrica:** 808 000 kW (1995)

**La producción eléctrica:** 3.59 billón kW (1995)

**Agricultura, productos:** té, café maíz, trigo, caña de azúcar, fruta, vegetales, productos lácteos, rez, carne de cerdo, pollo, huevos.

**Exportaciones:**

**Valor total:** \$ 2.1 billones ( libre abordo o f.o.b por sus siglas inglesas, 1996)

**Mercancías:** té, 18%; café, 15%; productos petroleros, 12% (1995)

**Deuda externa:** \$ 7billón ( 1994 est.)

**Apoyo económico:** No aplica.

**Moneda (tasa de cambio, chelines de Kenya por US\$:** 61.164 (ene.1998), 58.732 (1997), 57.115 (1996),51.430 (1995), 56.051 (1994), 58.001 (1993).

**Ingreso por hab. (US\$):**\$330<sup>b</sup>

**Destino de exportaciones (%):** Uga.,22.8 ; RU.,20.1; Tan.,19.1; Ale., 14.0; los Países Bajos, 7.6; EU., 6.1 (1996).

**Fuente de las importaciones (%):** RU., 21.3; EAU., 18; Jap., 14; Ale; EU.

## **GEOGRAFIA**

Aunque dos terceras partes del país lo constituyen zonas áridas y costas húmedas, el resto es una alta meseta que posee uno de los suelos más fértiles de África.

En esta región se encuentran los montes Elgon (4321m.), Kenia (5 199m., el más alto del país y segundo de África) y la cordillera de Aberdare, que se eleva a más de 4000 m.

El Rift Valley corta la meseta entre las escarpas de Mau y la cordillera de Aberdare. Al O, la meseta desciende hasta las llanuras que bordean el lago Victoria; al N, el valle se extiende en torno al lago Turkana o Rodolfo. Además, Kenia bordea el lago Natron, junto a Tanzania.

Los parques y Reservas nacionales contienen una abundante y variada fauna en estado salvaje. La costa del Índico, marcada por bahías, ensenadas y estuarios, también está salpicada de islas, entre ellas las de Mombasa y Lamu.

El país está regado por un sistema de ríos y corrientes poco profundas.

Los ríos más importantes son el Tana y el Galana. Las temperaturas muestran variaciones notables que dependen de las características geográficas.

El N es muy cálido y árido, la costa es húmeda y las tierras altas son más frescas, aunque reciben abundante precipitación. Temperaturas extremas registradas en la capital: 5°C (min.), 31°C (max.). Precipitación media anual en Nairobi: 958mm; en Mombasa: 1 202mm.

**Ubicación:** En África Oriente formando frontera con Océano Índico, entre Somalia y Tanzania.

**Coordenados Geográficos:** 1 00 N, 38 00 E



## **HISTORIA**

### **Acontecimientos recientes**

**1990:** Muere el ministro de Relaciones Exteriores Robert Ouko, presuntamente asesinado, según declara el presidente Arap Moi (feb.). La Unión Nacional Africana de Kenya (KANU, antes KAU) rechaza la creación de un sistema político multipartidista (3 dic.).

**1991:** El presidente Moi propone la eliminación de la cláusula constitucional de 1982 que prohíbe la existencia de partidos de oposición (2 dic.). Las enmiendas constitucionales legalizan el sistema político pluralista (20 dic.).

**1992:** Los choques tribales en las provincias occidentales del país ocasionan más de 2 000 muertes y dejan sin hogar 50 000 personas (1 mayo). El país celebra las primeras elecciones multipartidistas desde su independencia en 1963. Los resultados dan la victoria al presidente Moi (29 dic.).

**1993:** El gobierno plantea a la ONU el retorno de medio millón de somalíes, etíopes y sudaneses a sus países de origen debido a los crímenes que cometen y al alto costo de mantenimiento (19 ene.).

Se agudizan las luchas tribales en el oeste del país (oct.). La organización Africa Watch reitera las acusaciones de la oposición de que el gobierno incita a las confrontaciones étnicas para desacreditar el pluralismo político recientemente introducido en el país (nov.).

**1994:** Muere Oginga Odinga, un destacado líder opositor al régimen del presidente Moi (ene.). A finales del año las luchas tribales comprometen de nuevo la paz en el territorio cuando 2000 kikuyus son expulsados por la fuerza del Rift Valley.

**1995:** La policía reprime con violencia las manifestaciones por el primer aniversario de la muerte de Oginga.

El resurgimiento de la corrupción y los abusos de los derechos humanos, denunciados por Amnistía Internacional, entre otros, unidos a la oposición del gobierno a implementar reformas económicas, hacen que muchos donantes e inversionistas retiren su proyectos en el país.

Dos partidos de oposición se unen en una coalición con miras a las elecciones de 1997 (nov.).

Benjamin Mkapa de Tanzania en Uganda para establecer trabajos conjuntos en lo económico y lo social (ene.).

El banco Mundial otorga un crédito de US\$ 115 millones que se utilizarán para remodelar las carreteras del país, con lo que demuestra que los donantes e inversionistas han cambiado de actitud hacia Kenya (feb.).

El gobierno británico concede un paquete de ayuda de 5 000 000 libras, por lo que otros países se sienten más seguros y apoyan con 500 millones libras más (mar.).

El FMI libera un crédito para Kenya de \$ 216 millones, bloqueado desde 1994 (abr.). Las charlas entre el presidente Moi y el presidente chino Jiang Zemin culminan en un acuerdo de cooperación mutua en lo técnico y lo económico (mayo).

## **GOBIERNO**

**Constitución vigente:** 12 dic. 1963 (enmendada en 1982, 1986 y 1991).

**Sistema ejecutivo:** Presidente (Jefe de Estado y del Gobierno, elegido por sufragio para un término de cinco años). Vicepresidente y gabinete.

Gabinete: nombrado por Presidente.

*Vice Presidente:* Nombrado por presidente

Resultados de las elecciones presidenciales del 29 dic. 1997

Presidente Daniel T. Arap Moi reelegido porcentaje de votos: Daniel T. arap MOI (KANU) 40.12%; Mwai KIBAKI (DP) 31.09%; Raila ODINGA (NDP) 10.2%; Michael WAMALWA (FORD\_ Kenya) 8.29%; Charity NGILU (SDP) 7.71%.

Las próximas elecciones se llevarán a cabo durante el primer bimestre de 2003.

**Sistema legislativo:** Asamblea Nacional (222 miembros elegidos por sufragio universal para servir una gestión de cinco años, doce nominados por el presidente y dos ex-officios.

**Elecciones:** Las últimas se llevaron a cabo el 29 de diciembre de 1997. Las siguientes tomarán lugar entre diciembre 1 2002 y el 30 de abril de 2003.

Los resultados de las elecciones del 29 de diciembre de 1997 fueron como se muestra a continuación:

Porcentaje de los asientos por partido: Kanu, 107; FORD - Asili, 1; FORD - Kenya, 17; FORD - People, 3; DP, 39; NDP, 21; SDP, 15; SAFINA, 5; PEQUEÑOS PARTIDOS, 2;

Asientos nombrados por presidente: KANU, 6; FORD - Kenya, 1; DP, 2; SDP,1; NDP, 1; SAFINA, 1.

**Sistema judicial:** Corte Superior, Corte de apelaciones y otras cortes menores.

## **GOBERNANTES**

Jefe de Estado y del Gobierno: Daniel T. arap Moi (Presidente, ene. 1993).

En conclusión, Kenia se encuentra como el tercer socio comercial más importante en el bloque económico de Africa como muestra el anexo correspondiente al final de este estudio.

### *1.1.2 Los datos generales de los estados unidos mexicanos*

Éste país pertenece a América del Norte.

**Nombre oficial:** Estados Unidos Mexicanos

**Área (km<sup>2</sup>) :** 11 958 201

**Costas (km):** 11 952.7

**Límites:** Al N con Estados Unidos, al E con El Golfo de México, al SE con el Mar Caribe, Belice y Guatemala, y al O con el Océano Pacífico.

**Límites marítimos (mi náuticas):** 12 (mar territorial); 200 ( zona económicamente exclusiva).

**División política:** 31 estados y el Distrito Federal

**Capital:** México, D.F.(fue fundada 1325, por Tenoch como Tenochtitlán)

**Unidad monetaria: peso ( N\$):** 1 peso = 100 centavos)

**Idioma(s):** (oficial) español; se hablan, además, 66 lenguas amerindias, entre ellas náhuatl, maya, zapoteco, mixteco, tzeltal, otomí, tzotzil, totonaca, mazateco, mazahua, choi, huasteco, purépecha, tarahumara, tojolabal chinanteco, mixe, tlapaneco, trique, yaqui, cora y cuicateco.

**Fiesta nacional:** 16 sep., Día de la independencia

**Gentilicio:** mexicano

**Hora oficial:** GMT Campeche, Quintana Roo, Yucatán -6 horas (normal), -5 (verano); Sonora, Sinaloa, Nayarit, baja California Sur -7 (normal/ verano); baja California norte -8 (normal), -7 (verano); otros estados \_ 6 ( normal/ verano).

**Miembro de:** ONU, OEA, ALADI, SELA, TLC, OCDE.

### **PERFIL DEMOGRÁFICO**

**Población (hab.):** 92 711 000 ( 1996 est.)

**Densidad de población (hab./km<sup>2</sup>):** 47.3 (1996)

**Crecimiento poblacional: ( %):** 1.8 (1991-1996)

Natalidad: 27.0 (1990-1995)

Mortalidad: 5.0 (1990 -1995)

Edad promedio (años): 21.7 (1995)

Capital (hab.) (1992): México, D.F. 8 483 623;(conglomerado urbano, valle de México), 15 047 685 ( 1990)

Ciudades principales (hab.) (1990): Nezahualcóyotl, 2 350 000; Guadalajara, 2 178 000; Monterrey, 1 068 996; Puebla, 1 054 921; Ciudad Juárez, 797 679; León, 758 279 (1992); Tijuana, 742 686; Acapulco, 515, 374; Mérida, 523 422; San Luis Potosí, 488 238; Tuxtla, 289 626.

## **PERFIL CULTURAL**

Alfabetismo (%): 89.6 (1994)

Religión (%): católicos, 89.7; protestantes, 4.9; judíos, 0.1; otros, 2.1; no religiosos, 3.2 (1990)

## **BIENESTAR SOCIAL**

Calorías per cápita diarias: 3 146.0 (1992)

Esperanza de vida al nacer (años): 71.0 (1990-1995)

Mortalidad infantil: 34.0 (1990-1995)

## **PERFIL ECONÓMICO**

Moneda (la tasa de cambio, pesos por US\$: 7.97(feb. 1997)

Ingreso por hab. (US \$): 4 010.0 (1994)

Tasa de inflación (%): 40.0 (1984-1994)

Principales productos de exportación (%): material para la manufactura, 83.7; petróleo crudo, 9.3; productos agrícolas, 5.0 (1995)

Destino de las exportaciones (%): EU, 83.6; Can., 2.5; Jap., 1.2; Esp., 1.0; Bra., 1.0; Sui., 0.8; Ale., 0.6; RU., 0.6; Chi., 0.6; Fra., 0.6; ( 1995)

Fuente de las exportaciones (%): EU., 74.5; Jap., 5.0; Ale., 3.7; Can., 1.9; Fra., 1.4; R. Cor., 1.3; Ita., 1.1; Esp., 1.0 ( 1995)

## **GEOGRAFÍA**

Aunque formalmente se le agrupa en América de Norte, en realidad México constituye un puente entre esta región y la de América Central y el Caribe.

Así, la *variada geografía mexicana* incorpora algunas de las características que distinguen a los paisajes norteños templados, pero se encuentra salpicada de

elementos típicos del trópico. Aproximadamente el 85% del país (exceptuando la península de Yucatán y las llanuras costeras del E y NO) es abrupto formado por cadenas montañosas, mesetas con bolsones y numerosos valles.

La Sierra Madre Occidental corren paralelas a ambas costas. Entre las dos se encuentra una vasta región de valles, altiplanicies y mesetas (altitud media: 2 000m) donde se concentra la mayor parte de los habitantes del país y está situada la capital.

En el extremo S de la altiplanicie, se encuentra las cimas más elevadas de México: Pico de Orizaba o Citlaltépetl, el Popocatepetl y el Iztaccíhuatl. Los ríos principales son el Lerma, el Santiago, el Balsas, el Yaqui y el Fuerte (el vertiente del Pacífico); el Bravo del Norte, el Pánuco, el Usumacinta, el Papaloapan, el Mezcalapa, el Coatzacoalcos, el Grijalva y el San Fernando (vertiente del Golfo de México).

Chapala es el lago más grande del país. Hay variedad de climas que dependen generalmente de la altitud: en el litoral y las tierras bajas es cálido, mientras que en las mesetas y el N es templado; el N y NO es árido, el SE es muy húmedo.

Como promedio, llueve 60 días al año. A pesar de la extensión del país, su occidentalizado relieve y la poca cantidad del agua limitan el espacio vital y empobrecen la tierra, que sólo es cultivable en un 13%. Por el contrario, el subsuelo es muy rico en minerales y petróleo.

México es uno de los principales productores mundiales de plata, flúor, estroncio. Son considerables sus reservas petroleras y de gas natural. Se estima que las aguas territoriales mexicanas contienen más de cien especies comerciales.

## **MÉXICO PRECOLOMBINO**

La historia prehispánica de México presenta características muy singulares dentro del conjunto de las naciones del continente.

Los hallazgos arqueológicos revelan que hace 12 mil años, el territorio mexicano ya estaba poblado.

Cuando muchas de las grandes naciones europeas de hoy eran sólo provincias del imperio Romano, ya civilizaciones importantes edificaban grandes ciudades en la altiplanicie mexicana ( *Almanaque Mundial*, 1998; página 400).

En la prehistoria de México aparece una civilización arcaica de la cual se conservan figuras de barro y vestidos femeninos toscamente presentados; esa cultura se conoce

como otomí y data de los primeros años de la era cristiana.

El rastro de los otomíes se encuentra en los estados de México, Puebla, y la ciudad de México. Es posible que los otomíes descendan de los mayas -quiche, que en tiempos del Viejo Imperio tuvo ya presencia importante en el sureste del territorio mexicano.

Aunque no se ha podido precisar el momento en que la civilización maya se estableció en la región, la huella de su presencia es fácilmente reconocible hoy, sobre todo en el estado de Yucatán.

Será interminable la cantidad de pueblos y tribus que en determinado momento de la historia se establecieron en este país norteamericano.

Hay importantes hallazgos sobre la presencia de los mixtecos y zapotecos, cuyos descendientes habitan todavía en el estado de Oaxaca. Por los resultados encontrados se infiere que fueron civilizaciones de gran refinamiento. Otros pueblos fueron los tarascos y los tlaxcaltecos. Una de las más importantes y antiguas civilizaciones del México precolombino de que se tenga noticia es la olmeca. Según los arqueólogos, esta cultura data desde antes de la era cristiana; en México se ubica fundamentalmente en la zona del golfo, en territorios que hoy ocupan los estados de Quintana Roo, Veracruz, Tamaulipas y Tabasco. Este pueblo, entre otras cosas agricultor, artesano y guerrero, tenía una casta sacerdotal como el grupo de más alta jerarquía social.

Los olmecas no alcanzaron gran desarrollo en las ciencias, pero sí en el arte. Tuvieron una escultura y arquitectura monumentales. Se conserva su estatuaria de pequeño formato, sobre todo con imágenes de niños y mujeres.

Se cree que este pueblo desarrolló el cultivo del maíz y el frijol. Usaba en sus construcciones la piedra tallada, lo que puede observarse en las ruinas de sus ciudades todavía presentes en el territorio que ocuparon en la zona del golfo.

Otro pueblo antiguo fue el de los toltecos; uno de los primeros que se establecieron en estas tierras. Esta cultura estuvo enclavada en el valle de México, concretamente en Teotihuacán y Azcapotzalco.

Una de sus principales ciudades se localiza en el actual estado de Hidalgo, en la ciudad de Tula, Tlaxcala para ellos. Allí, dentro de una escultura monumental que se integra a la arquitectura, destacan los atlantes; una especie de cuerpo escultórico funcional en el conjunto arquitectónico.

Los toltecos eran un pueblo pacífico, que alcanzó un alto nivel cultural, expresado en la

ciencia y el arte. Se destacaron fundamentalmente en la astronomía, la medicina y las matemáticas.

Adoraban a Quetzalcoatl, cuyo nombre significa " inteligencia divina". Se supone que esta figura fue antes venerada por los olmecas.

Este pueblo desapareció misteriosamente. Sobre la figura de Quetzalcoatl existen diversas teorías y leyendas. Se ha dicho que era un náufrago de origen vikingo. Otros le han otorgado un origen extraterrestre y en tiempos prehispánicos se le conoció como un enviado del cielo.

Una civilización que ha dejado una huella imborrable en tierras mexicanas fue la de los teotihuacanos. Se cree que fueron herederos y últimos descendientes de los toltecas.

Se ubicaban al norte del lago de Anahuac -Ciudad de México. Este pueblo dominaba la astronomía y las matemáticas. Han dejado las pirámides más grandes que se conozcan en el planeta, sobre todo la Pirámide del sol, que se encuentra flanqueada por la de la luna en el gran monumento arqueológico que forma la ciudad sagrada de Teotihuacán.

Uno de los más grandes imperios y civilizaciones americanos fue el mexicana, azteca o anahuac. No deja de asombrar la magnitud de esta cultura, que aún guarda muchos misterios y zonas que no han podido ser esclarecidos por los estudiosos. Uno de estos misterios es su origen, aunque según sus códices llegaron de Cuautitlán, lugar de los ángeles en Nahuac, una isla ubicada en el Pacífico norte que no ha podido ser identificada.

Los mexicas o aztecas se ubicaron en el centro de México y fundaron su capital Tenochtitlán el 26 de julio de 1329. Se piensa que entraron desde el pacífico norte, por California o por lo que hoy es el estado de Sinaloa.

Este poderoso pueblo desplazó y sometió a las nueve comunidades indígenas que habitaban entonces el valle de México. Formaron un imperio que se extendió desde el norte de México hasta Nicaragua; "Nícan ca anahuac", que significa " hasta aquí llega nahuac".

Allí, en tierras nicaraguenses, estaba el límite que separaba a los imperios Inca y Nahuac.

Entre los aspectos culturales que definen a esta gran civilización está el hecho de que contaron con una escritura, aunque pictográfica. Tenían la gramática. Tuvieron un sistema educacional avanzado y obligatorio para todos los ciudadanos.

El Calpulli era el nivel o escuela elemental. El Calmecac era enseñanza universitaria.



Se estudiaban las carreras militares y sacerdotales. La sacerdotal no sólo incluía estudios teológicos, era también la carrera de diplomacia o relaciones exteriores.

Este pueblo era conducido por el Huey Tlahtoani, que quería decir "gran señor dueño de la palabra". El nombre de Tenochtitlán se le puso a la ciudad capital en honor a su Huey Tlahtoani, que se llamaba Tenoch. Se le añadió "ti" que significa en nahua "de", más "tlan", que significa tierra. Es decir, tierra de Tenoch.

Este pueblo tuvo una arquitectura monumental, gran desarrollo científico y una ingeniería hidráulica que le permitía trasladar el agua a través de diques o canales.

Construyeron la ciudad sobre pilotes, ya que eran zonas lacustres. Estas construcciones se llamaron chinampas.

Tuvieron el primer jardín botánico y el primer parque zoológico en tierras de América. Entre su gran obra escultórica se encuentran tres monumentos enormes que se conservan: la Xiuhcoatl, que es la representación gráfica de la tierra y la Tenochtitlán, piedra del sol, que se conoce como calendario azteca, pero que representa la era del quinto sol.

A la llegada de los españoles ya Tenochtitlán era la ciudad más grande del mundo, la habitaban medio millón de personas. Por aquellos días, Londres no tenía más de 45 mil habitantes y Madrid no llegaba a esa cantidad.

La plaza comercial de Tenochtitlán, ubicada en el islote de Tlateloico, funcionaba diariamente con un aproximado de 20 mil comerciantes. La moneda circulante era la pluma de quetzal, la turquesa y la semilla de cacao. En aquella plaza se vendió, por primera vez en la historia, la nieve de sabores, con el hielo traído de los volcanes.

El que los españoles lograsen dominar a esta gran civilización se debió a varios factores, fundamentalmente a que los colonizadores tuvieron el apoyo de algunas de las tribus dominadas por los mexicas. Particular peso tuvo en esta acción, el pueblo tlaxcalteca.

En lo político, los mexicas llegaron a desarrollar una avanzada diplomacia, tuvieron relaciones con los incas en las que hubo intercambio de representantes o embajadores.

## HISTORIA

### Acontecimientos Recientes:

**1989:** Por primera vez el Partido Revolucionario Institucional (PRI) acepta la derrota en unas elecciones para gobernador, en Baja California, donde obtiene la victoria el candidato del Partido Acción nacional (PAN), Ernesto Ruffo Appel (2 jul.).

**1990:** El papa Juan Pablo II llega a México en su segunda visita al país (5 mayo).

**1991:** México acuerda con Guatemala, El Salvador, Honduras, Nicaragua y Costa Rica integrar gradualmente la economía de sus países en los próximos seis años (9 enero). Los gobiernos de Venezuela y México resuelven usar ingresos del petróleo para financiar el desarrollo de Central América (11 enero).

EU y México anuncian que Canadá se une al proyecto de creación de una zona de libre comercio en América del Norte (4 feb.). Para reducir el nivel de contaminación de la capital, el presidente Salinas de Gortari clausula la refinería estatal de petróleo más grande (18 mar.).

El rey de España y los presidentes de Portugal y los países de Iberoamérica celebran en Guadalajara, Méx., la Primera Cumbre Iberoamericana (18\_ 19 jul.). El gobierno firma con el de Chile un documento que elimina las barreras arancelarias entre los dos países (22 sep.).

En el discurso anual a la Nación, el Presidente anuncia los planes del gobierno para reformar la agricultura, la educación y las relaciones con la Iglesia Católica ( 1 nov.)

**1992:** Mueren por lo menos 190 personas y más de 1 400 resultan heridas a consecuencia de un serie de explosiones ocurridas en el alcantarillado de Guadalajara.

Las explosiones destruyeron un área de veinte manzanas (cuadradas) (22 abr.). el PRI sufre otra derrota en 63 años de gobierno al perder las elecciones para gobernador en el estado de Chihuahua, frente al candidato del PAN (12 jul.). México y la Santa Sede establecen relaciones diplomáticas despues de 130 años de discordia (20 sep.).

Es firmado en san Antonio, TX (EU), el Tratado de Libre Comercio (TLC) entre México, Canada y EU.

**1993:** El gobierno elimina tres ceros al peso para simplificar las transacciones comerciales y financieras (1ene.). En su tercera visita pastoral, el papa Juan Pablo II es

recibido por primera vez a nivel de Jefe de Estado (11 ago.).

México se convierte en el último país que aprueba el TLC, cuando el Senado lo vota por una mayoría de 56 votos y sólo dos en contra (22 nov.)

**1994:** Entra en vigor el TLC (1 ene.). Un grupo desconocido de rebeldes, el Ejército Zapatista de Liberación Nacional (EZLN), lanza varios cientos de hombres contra cuatro poblaciones de Chiapas ( San Cristóbal de Las Casas, Ocosingo, Las Margaritas y Altamirano), a las que toma fácilmente.

El gobierno responde con el envío de tropas que contraatacan a las fuerzas rebeldes ( 1 ene.). El ejército mueve sus tanques dentro de la zona rebelde y éstos rechazan la oferta de diálogo del Gobierno, mientras se entablan choques esporádicos (3 ene).

Una multitud de campesinos, estudiantes, obreros y niños marcha en la capital para pedir el fin del conflicto de Chiapas (12 ene.). La Secretaría de Defensa Nacional informa que las principales plazas ocupadas por los zapatistas han sido ya recuperadas por el ejército (12 ene.).

Es nombrado Comisionado para la Paz y la Reconciliación Manuel Camacho Solís, quien comienza las gestiones para alcanzar un acuerdo que ponga fin al conflicto de Chiapas (13 ene.).

Ocho de los nueve partidos políticos del país pactan para plantear reformas jurídicas que fortalezcan la democracia y apoyen la inserción legal del grupo armado indígena de Chiapas en la contienda política (27 ene.).

Se inaugura en la ciudad de México la Asamblea General de la OEA, dedicada especialmente a los problemas del desarrollo y la pobreza en todo el continente (17 feb.). El PRI nombra a Luis Donaldo Colosio su candidato presidencial para las elecciones del 21 de ago. (4 mar.).

Luis Donaldo Colosio, candidato del PRI, es asesinado en un barrio pobre de Tijuana, al norte del país; Mario Aburto Martínez, un mecánico de 23 años de edad, es apresado por el crimen (23 mar.).

Es designado candidato presidencial por el PRI el economista Ernesto Zedillo y Ponce de León, de 42 años (29 mar.).

Como consecuencia de la sublevación en Chiapas, el Congreso de la entidad modifica varios artículos de la constitución estatal, todos relacionados con la participación

indígena en los comicios electorales (10 mayo).

El presidente Salinas de Gortari, junto con los presidentes de Colombia y Venezuela, firma en Cartagena, Col., un tratado de libre comercio que entrará en vigor en el 1 ene. 1995 (13 jun.).

Los dirigentes del EZLN anuncian que paralizarán todo el país si el PRI intenta retener el poder por medios fraudulentos en las elecciones (8 de ago.).

Ernesto Zedillo gana las elecciones presidenciales ( 21 de ago.). En la Ciudad de México es asesinado José Francisco Ruiz Massieu, dirigente del PRI ( 28 sep.).

Ernesto zedillo toma posesión del país ( 1dic.). El Gobierno devalúa el peso en un 13% en relación con el dólar de EU ( 21 dic.).

**1995:** El presidente Zedillo presenta por televisión un plan de estabilización económica que plantea sacrificios a patrones y obreros (3 ene.).

El presidente de EU, Bill Clinton, otorga un empréstito de US \$ 20 000 millones para estabilizar el peso mexicano (31 ene.). El Fondo Monetario Internacional (FMI) concede el mayor préstamo de la historia, de US \$ 17 800 millones para ayudar al Gobierno mexicano a superar la crisis financiera ( 1 feb.).

El Presidente ordena al ejército la detención del subcomandante Marcos, llamado Rafael Sebastián Vicente y otros Es arrestado Raúl Salinas de Gortari, hermano del ex presidente Carlos Salinas de Gortari, en relación con el asesinato de F. Ruiz Massieu (28 feb.).

La Procuraduría General emite orden del arresto contra el subprocurador de Justicia Mario Ruiz Massieu, hermano del asesinado dirigente del PRI, detenido por la autoridades de EU en Newark, NJ, desde el 3 mar. (8 mar.).

Daniel Aguilar, autor materia del asesinato de José Francisco Ruiz Massieu, es condenado a 50 años de prisión (20 mar.). Los negociadores del Gobierno y el EZLN acuerdan un receso en las conversaciones ( 24 abr.)El Fondo Monetario Internacional (FMI) entrega al Gobierno US \$10 770 millones de la ayuda ofrecida en el mes de feb. ( 30 jun.).

El huracán *Ismael* azota con fuerza durante dos días al NO del país, y deja un saldo de 58 muertos, 12 desaparecidos y 26 000 damnificados (15\_16 sep.). Raul Salinas de Gortari es acusado de falsificación de documentos bancarios y enriquecimiento ilícito (18 dic.).

**1996:** Los rebeldes del Ejército Zapatista de Liberación Nacional (EZLN), en un comunicado hecho público en el segundo aniversario de su levantamiento en el estado de Chiapas, anuncian que están dispuestos a crear una organización política, que será llamada Frente Zapatista de Liberación Nacional ( FZLN) (1 ene.).

Diecisiete miembros de la política y cuatro funcionarios del gobierno del estado de Guerrero son arrestados en relación con la muerte, en jun. 1995, de 17 campesinos que participaban en una demostración pacífica contra el gobierno local (el 10 ene.).

Mueren 24 personas a causa del intenso frío que afecta al país, sobre todo en la región norteña ( 8 feb.). Por lo menos nueve personas mueren y más de 30 resultan heridas a consecuencia de una explosión de gas que destruye una fábrica de jabones en la parte oriental de la capital (6 mayo).

Las exportaciones dirigidas al mercado de la Unión Europea (UE) aumentan en un 20%, según informa el ministro de Comercio, Herminio Blanco (12 mayo).

El N del país sufre la peor sequía del último medio siglo, por lo que el gobierno ha destinado más de US \$200 millones para aliviar los estragos en 650 000 ha. de siembras y US \$ 40 millones adicionales para pasto (el 3 jun.).

## **GOBIERNO**

**Constitución vigente:**5 feb. 1917.

**Sistema ejecutivo:** Presidente (elegido por sufragio universal para un período de seis años, no reelegible), 17 secretarios de Estado, el Jefe del Departamento del Distrito Federal, el Procurador General y agencias autónomas.

**Sistema legislativo:** Congreso compuesto de dos cámaras: de Diputados (500 miembros elegidos por tres años, 300 por mayoría simple y 200 divididos proporcionalmente entre los partidos que no obtengan representantes por mayoría simple y si por lo menos el 1.5% de la votación) y Senado (64 miembros, dos elegidos por seis años por cada estado y el Distrito Federal).

Los senadores y diputados no son reelegibles en períodos consecutivos.

**Sistema judicial:** Corte Suprema ( 21 miembros nombrados por el Ejecutivo y ratificados por el Senado), cortes de circuito y de distrito.

**Sufragio:** Votan los mayores de 18 años.

**Gobierno subdivisional:** En los estados, el Gobernador ejerce el poder Ejecutivo, la Cámara de Diputados ejerce el Legislativo y el Tribunal Superior de Justicia del estado ejerce el Judicial (hay 2378 municipios).

El jefe (el regente ) del Departamento del Distrito Federal era nombrado por el presidente de la República pero, a instancias de los ciudadanos, por primera vez fue nombrado por elección popular, el 6 de julio de 1997. El primer paso en este proceso fue la elección de la Asamblea Legislativa del D. F.

### **Fiestas públicas en 1998**

*1 ene.*, Día de Año Nuevo; *5 Feb.*, Día de la Constitución; *24 Feb.*, Día de la Bandera; *21 mar.*; Aniversario del nacimiento de Benito Juárez; *9 abr.*, Jueves Santo; *10 abr.*, Viernes Santo; *11 abr.*, Sábado Santo; *1 mayo* , Día de Trabajo; *5 mayo*, Batalla de Puebla; *1 sep.*, Apertura del Congreso de la Unión; *16 sep.*, Día de la Independencia; *12 oct.*, Descubrimiento de América o Día de la Raza; *2 nov.*, Día de los Fieles Difuntos; *20 nov.*, Día de la Revolución; *25 dic.*, Día de Navidad.

### **GOBERNANTES**

Jefe de Estado y del Gobierno: Enersto Zedillo Ponce de León ( Presidente, dic. 1994).

## 1.2 METODOLOGIA DE LA INVESTIGACIÓN

### *1.2.1 El planteamiento del problema de la investigación*

En los últimos años, el mundo comercial ha experimentado un cambio profundo y de gran alcance como se puede inferir de la liberalización comercial, la globalización y la mejora en los sistemas de comunicación y transporte.

Estos acontecimientos han impuesto una exigencia cada vez más respecto a los bienes y servicios de calidad, precios competitivos y sobre todo un cambio de actitudes hacia la forma de actuar de los empresarios y comunidades fuera de sus fronteras nacionales.

Este escenario ha creado una competencia aguda tanto a nivel nacional como al internacional y, así justificando la necesidad de buscar un mayor mercado más allá de las fronteras nacionales de cualquier nación.

Desafortunadamente, la balanza comercial de Kenia con respecto a México, por lo menos la de 1998, se encuentra en un estado muy desfavorable y preocupante exigiendo una medida decisiva e inmediata para corregir este estado de asunto.

Además, dado la creciente competitividad a nivel nacional e internacional como a cabo de mencionar con anterioridad, cada nación hoy día, se ve obligado a buscar nuevos mercados para sus mercancías y servicios con miras de mejorar el desempeño de su sistema económico con finalidad de elevar el nivel de vida de sus ciudadanos.

### *1.2.2 El objetivo general de la investigación*

A partir de los datos provenientes de las diversas fuentes auténticas dentro del contexto de México, se establecerá la información útil para guiar a los posteriores estudios en cuanto al comercio bilateral entre Kenia y México.

La información citada será la misma que ayudará en la toma de decisiones para fomentar y incrementar la dicha actividad económica de manera continua para el beneficio de los dos socios citados a través de la superación de las deficiencias actualmente existentes.

### *1.2.3 Los objetivos específicos de la investigación*

- ❖ Identificar, a partir de la balanza comercial emitido por una autoridad auténtica, los productos kenianos exportados en el mercado destino México en actualidad.

- ❖ Precisar las cantidades de cada producto exportado a México desde la balanza comercial de 1998 de las ambas naciones.
- ❖ Determinar la tendencia de crecimiento de las exportaciones tanto de Kenia como de México en comparación con la de las exportaciones mundiales a partir de los datos de 1985 hasta 1995 para justificar la necesidad de alentar la actividad exportadora entre los socios sujetos de este estudio.
- ❖ Con base en la tasa de crecimiento de las exportaciones mundiales y utilizando las cantidades iniciales de Kenia a México, proyectarlas durante los diez años venideros a partir de junio de 1998 y usando la fórmula del interés compuesto de capitalización continua.
- ❖ Establecer el tiempo requerido para alcanzar las cantidades promedio para cada producto que aparece en la balanza comercial bajo consideración.
- ❖ Formular ciertas recomendaciones pertinentes para asegurar que las cantidades proyectadas se logren.

#### *1.2.4 Las preguntas de la investigación*

- a) ¿ Cuáles son los productos kenianos exportados a México en actualidad?
- b) ¿ Cuáles son las fracciones arancelarias correspondientes a cada producto?
- c) ¿Cuál es la identificación correcta de cada producto keniano que aparece en la balanza comercial de 1998?
- d) ¿ A qué tasa de crecimiento están creciendo tanto las exportaciones kenianas como las mexicanas?
- e) ¿ A qué tasa de crecimiento están creciendo las exportaciones mundiales?
- f) ¿ Cuáles son las desviaciones de las tasas de crecimiento nacionales respecto a la crecimiento mundial?
- g) ¿Cómo se puede asegurarse que las exportaciones kenianas están creciendo al ritmo de las del mundo?

##### *1.2.4.1 La justificación de la investigación*

El comercio exterior bilateral actual entre Kenia y México se encuentra en un nivel muy bajo según muestra la balanza comercial de hasta junio de 1998 y el anexo del destino de las exportaciones (véase el anexo correspondiente) de esta nación hacia los países latinoamericanos (0,1% de sus exportaciones totales).

La situación exige mucha atención especialmente tomando en cuenta que Kenia es el tercer socio comercial más importante para México en el bloque económico de África (véase el anexo al efecto) y ofrece un entorno relativamente atractivo en términos de su capacidad de atraer atracción las inversiones extranjeras directas y ofrecimiento de un clima propicio para el comercio internacional.



Además, debido a las barreras (tanto psicológicas como geográficas), entre las ambas naciones, dicho escenario requiere un esfuerzo deliberado para por lo menos asentar las bases necesarias para fomentar la cooperación verdadera entre México y Kenia en todos los ámbitos de interés mutuo y en especial en lo respecto al aspecto comercial.

### *1.2.5 Diseño de la investigación*

Principalmente, el estudio está centrado en torno a la balanza comercial de México de 1998 respecto a la república de Kenia (anexo número IV.1.3) expendida por el Bancomext al 30 de junio de 1998.

Partiendo de ésta se puede observar que el comercio de Kenia con México está muy desequilibrado. Este estado de asuntos exige mayor exploración respecto al desempeño de las exportaciones globales de Kenia y México a lo largo de diez años a partir de 1985 a 1995.

Para investigar si éstas estaban creciendo al ritmo de las exportaciones mundiales (anexo no. IV.1.8) usando la siguiente fórmula:

$$r = \left( \sqrt[n]{\frac{V_n}{V_0}} - 1 \right) 100$$

Donde:

$r$  = la tasa de crecimiento de cualquier exportaciones bajo referencia durante un plazo de tiempo dado.

$V_n$  = el volumen de exportaciones al final del un plazo de tiempo proyectado, es decir, el año 1995

$V_0$  = el volumen inicial de las exportaciones al comienzo del plazo de tiempo proyectado, es decir, el año 1985.

Tomando los valores correspondientes a cada país se determinaron la tasa de crecimiento de las exportaciones para las ambas naciones socias, es decir, Kenia y México como sigue a continuación

*Para México,*

$$V_n = 48430$$

$$V_o = 22112$$

$$V_n = \left( \sqrt[10]{\frac{48430}{22112}} - 1 \right) 100$$

$$= 8.1555087\%$$

*Para Kenia,*

$$V_n = 1890$$

$$V_o = 958$$

$$r = \left( \sqrt[10]{\frac{1890}{958}} - 1 \right) 100$$

$$\approx 7.0310114 \%$$

*Para el mundo*

;

$$V_n = 4925668$$

$$V_o = 1943169$$

$$r = \left( \sqrt[10]{\frac{4925668}{1943169}} \right)$$

$$r = 9.7477073$$

Luego se compararon las tasas nacionales de crecimiento de las exportaciones con la finalidad de determinar que tanto desviaban del crecimiento mundial de las exportaciones con miras de justificar la necesidad de intensificar el comercio exterior bilateral por el beneficio de ambas naciones (véase el anexo al final del estudio).

Con base en la tasa de crecimiento mundial historico así calculado, es decir, la de 9.75 se proyectaron las cantidades de exportaciones de Kenia esperadas en términos monetarios en el mercado destino México durante los diez años venideros a partir de la fecha de la balanza comercial expedidapor el Bancomext.

Se obtuvieron así la tabla que aparece a continuación:

**CANTIDADES MONETARIAS DE LAS EXPORTACIONES KENIANAS A MÉXICO DURANTE 10 AÑOS VENIDEROS EN DÓLARES ESTADOUNIDENSES**

FR.0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
A 4868	5343.6	5865.6	6438.9	7068	7758.6	8516.7	9348.8	10262	11265	12365.6
B 17000	18661	20484	22485.8	24682.8	27094.5	29741.9	32647.9	35837.8	39339	43183.2
C 8314	9126	10017.9	10996.9	12071.4	13250.8	14545.5	15966.7	17526.8	19239.3	21119.1
D 1178349	1293482.3	1419846.1	1558596.1	1710882.4	1878048.1	2061547.1	2262975.1	2484084.5	2726798	2993226
E 608	667.4	732.6	804.2	882.8	969	1053.7	1167.6	1281.7	1407	1544.4
F 105420	115720.3	127025.3	139438.5	153062.6	168018	184434.6	202455.2	222236.5	243950.6	267786.4
G 4404	4834.3	5308.6	5825.1	6394.3	7019.1	7704.9	8457.7	9284.1	10191.2	11187
H 2346	2575.2	2826.8	3103	3406.2	3739	4104.4	4505.4	4945.6	5428.8	5959.3
I 162	177.8	195.2	214.3	235.2	258.2	283.4	311.1	341.5	374.9	411.5
J 143	157	172.3	189.1	207.6	227.9	250.2	274.6	301.5	330.9	363.2
K 749	822.2	902.5	990.7	1087.5	1193.8	1310.4	1438.4	1579	1733.2	1902.6
L 875	741	813.3	892.8	980.1	1075.8	1181	1296.3	1423	1562	1714.6
M 197	216.2	237.4	260.6	286	314	344.7	378.3	415.3	455.9	500.4
N 180	197.6	216.9	238.1	261.3	286.9	315	345.7	379.5	416.5	457.2
O 181	198.7	218.1	239.4	262.8	288.5	316.7	347.6	381.6	418.8	459.8
P 803	881.5	967.6	1062.1	1166	1279.8	1404.9	1542.1	1692.8	1858.2	2039.8
Q 277	304.1	333.8	366.4	402.2	441.5	484.6	532	584	641	703.6
R 5000	5488.5	6024.7	6613.5	7259.7	7969	8747.6	9602.3	10540.5	11570.4	12701
S 796	873.8	959.1	1052.9	1155.7	1268	1392.6	1528.7	1678.1	1842	2022
T 100	109.8	120.5	132.3	145.2	159.4	175	192	210.8	231.4	254

Para calcular las cantidades que aparecen en esta tabla de las proyecciones de diez años, se utilizaron la fórmula de interés compuesto con capitalización continua y suponiendo un crecimiento continuo de las exportaciones kenianas en el mercado destino de México.

Se supuso un patrón continuo en cuanto a las llegadas de dichas exportaciones en los puertos y aeropuertos mexicanos. A continuación se señala los elementos que conforman esta fórmula:

$$VF = VPe^{it}$$

Donde,

VF = el valor futuro o proyectado, la cantidad de exportaciones al final de cada año

VP= el valor presente o volumen( en términos monetarios) de las exportaciones de hasta junio de 1998.

E = el logaritmo natural

i = la tasa mundial de crecimiento *anual*, en este caso la de 9.75

t = el tiempo bajo referencia

e = el logaritmo natural

Finalmente, se determinaron las cantidades promedio respecto a cada producto y se calcularon el período requerido para alcanzar estos valores de acuerdo con el anexo número IV.11

### *1.2.6 El tipo de la investigación*

El estudio que esta tesis representa es de tipo exploratorio, ya que se trata de examinar un problema de investigación poco estudiado o que no ha sido abordado antes (Hernández Sampieri R. et. al., 1998).

También este estudio establece el tono de de investigaciones posteriores, otra razón más por ser de la naturaleza exploratoria.

### *1.2.7. Diseño del muestreo*

Las técnicas normalmente empleadas en cuanto a la selección de una muestra representativa y las fórmulas correspondientes a este esfuerzo no aplica en este caso ya que el estudio engloba a todos los productos( es decir, la plena población de éstos) exportados al mercado destino México hasta la fecha de la balanza comercial bajo

consideración.

#### *1.2.7.1 Criterio de inclusión y exclusión*

Éste trata de la base sobre la cual los elementos los elementos serán incluidos o no en la muestra representativa. Cabe mencionar que éste tampoco aplica respecto al estudio en virtud de que todos los productos fueron incluidos en este estudio. Para ser más preciso, el estudio trata del conjunto entero de los productos de Kenia exportados a México en 1998 hasta 30 de junio de ese año.

#### *1.2.8 Identificación de las variables.*

Como se puede observar en la tabla de las proyecciones vista previamente, la única variable es el tiempo ya que se toma la tasa de crecimiento mundial de las exportaciones de 9.75 como base de todos los cálculos que aparecen en esta tabla

#### *1.2.9. Los instrumentos de la investigación*

Se utilizaron la balanza comercial de 1998 y el modelo matemático del interés compuesto de capitalización continua como los principales instrumentos fundamentales para obtener el crecimiento deseable durante los 10 años venideros a partir de junio de 1998.

La balanza comercial ayudó al investigador establecer el nivel de intercambio comercial entre Kenia y México y al mismo tiempo precisar cuáles son los productos Kenia está exportado a esta nación hasta la fecha de la balanza comercial expedida por el Bancomext.

Tomando en consideración que todas las exportaciones de Kenia no llegan de golpe pero a lo largo de todo el año, el modelo de interés compuesto con capitalización continua sirvió de una base válida para proyectar las cantidades esperadas si las exportaciones de Kenia crecieran de acuerdo al crecimiento mundial de las exportaciones.

#### *1.2.10 Análisis e interpretación de los datos.*

Se puede ver que en unos 5 años (anexo no. IV.11), se puede alcanzar los ingresos proyectados si se tomaran algunas medidas sugeridas a continuación.

Se debe notar que aunque se usaron la fórmula matemático previamente citada las exportaciones no llegan, en realidad, de forma diaria a los puertos y aeropuertos del

país destino pero de una manera aleatoria.

Los únicos modelos que sirvieran de proyectar el crecimiento deseable de las exportaciones de Kenia a México son los que toman en cuenta la llegada continua y aleatoria de las mismas. En este caso se prefirió a tomar el de la llegada continua que incorpora en sí el deseable ritmo de crecimiento de las exportaciones mundiales.

## **CAPÍTULO II: EL PROCESO DE EXPORTACIÓN**

La participación en el proceso de exportación es algo valioso por varias razones y puede ser la clave para la sobrevivencia según Michael R. Czinkota. Las actividades en un ambiente desconocido aumenta el riesgo de la compañía.

Debido a esto, una compañía que contempla en el mercado internacional debe preparar sus actividades y ajustarse a las actividades y necesidades y oportunidades de los mercados internacionales para llegar a ser participantes a largo plazo.

Debido a la globalización, las compañías cada vez tienen menos tiempo para ajustarse a las nuevas realidades del mercado. Ciertas compañías están tan expuestas a la competencia internacional que deben participar, lo quieran o no.

La mayoría de las compañías empiezan su involucramiento internacional por medio de la exportación. Por esta razón es importante examinar la preparación necesaria por parte de una compañía con este propósito de entrar en el mercado internacional.

Es necesario un modelo de desarrollo de exportación y los aspectos estratégicos dentro de la compañía. El buen entendimiento del producto o servicio por parte del administrador es de vital importancia para que éste reciba el debido apoyo de los dueños y ejecutivos de su compañía.

Además, las diferentes teorías nos ayuda entender el por qué las naciones hacen el intercambio comercial internacional.

Los empleados tanto actuales como potenciales deben ser capaces de evaluar la dirección estratégica de la compañía que se dedica a este intercambio comercial internacional.

### **II.1 TEORIA DE COMERCIO INTERNACIONAL**

Dicha teoría trata de explicar por qué los países realizan intercambios internacionales.

#### ***II.1.1 El mercantilismo***

Una de las primeras más simples respuestas se dio por el mercantilismo, una teoría que tenía una amplia aceptación en el siglo XVIII cuando el oro era la única moneda mundial.

Esta corriente alegó que un país mejorar el bienestar económico estimulando las

exportaciones y desalentando las importaciones y así logrando una balanza positiva que implica un flujo de riqueza en forma de oro hacia el país.

La mayoría de los expertos en comercio internacional la consideran como una teoría simplicita y errónea pero todavía cuenta con algunos seguidores.

La nacionalización de las industrias y bancos más y ortogamiento de subsidios a las exportaciones son esfuerzos en apoyo de este pensamiento.

### *II.1.2 La ventaja absoluta*

Esta teoría alega que los países deben especializarse en la producción de los bienes que pueden producir eficientemente que los demás para estar en mejores condiciones de aumentar su bienestar económico.

Si tomamos un ejemplo proveido de Rugman Alan M. en su obra *Negocios Internacionales*, pág. 174, los países Norte y Sur se benefician de intercambio comercial si cada uno de ellos especializa en la producción de uno de los dos productos en que tiene una ventaja absoluta.

Se supone que los dos países pueden producir dos bienes: granos y ropa. Se supone que la mano de obra es un factor escaso de producción y por ende el único costo de producción.

A la luz de esta suposición, menos horas - hombre por unidad de producción significa costos más bajos y mayor productividad por hora – hombre.

Según señala la tabla siguiente,Norte tiene una ventaja absoluta en la producción de ropa, puesto que el costo requiere 10 horas –hombre, mientras que Sur requiere 20.

**Costo de la mano de obra  
(en horas) para producir  
una unidad**

	Ropa	Granos
Norte	10	20
Sur	20	10

Sur, por su parte tiene una ventaja absoluta en la producción de grano, que produce a un costo de 10 horas –hombre, mientras que Norte lo hace con un costo de



20 horas –hombre.

Los ambos países se benefician si intercambian la ropa por grano a un precio relativo de 1:1, podrán emplear sus recursos para producir una mayor cantidad de bienes.

Norte puede importar una unidad de grano a cambio de una unidad de ropa, con lo paga realmente sólo 10 horas – hombre por unidad de grano. Si Norte hubiera producido el grano, habría utilizado 20 horas – hombre por unidad y ganaría 10 horas – hombre en el intercambio.

De la misma manera, Sur gana cuando importa una unidad de ropa a cambio de una unidad de grano. Originalmente la teoría de la ventaja absoluta no resolvió el problema de la razón del intercambio comercial entre ambos países y suponía una razón de 1:1 ni tampoco resolvió el de la división de las ganancias generadas del intercambio.

El problema se puede resolver conociendo los recursos totales de cada país b( las horas- hombre disponibles por año) y los gustos de ambos. Sólo así podremos calcular las ganancias relativas que cada uno obtiene del comercio. Se puede sacar algunas conclusiones importantes de este modelo de ventaja absoluta:

- Si un país tiene la ventaja absoluta de producir un bien, existe la posibilidad de ganar con el comercio
- Cuando mayor sea la capacidad de un país para especializarse, en la producción del bien que elabora más eficientemente, mayores serán sus ganancias respecto al bienestar nacional.
- El mercado competitivo no distribuye uniformemente dentro de un país las ganancias provenientes del comercio

### *II.1.3 La ventaja comparativa*

Esta teoría trata de una situación en la que un país tiene la ventaja absoluta en la producción de ambos bienes. Esta teoría fue expuesta por primera vez por el economista David Ricardo y nos muestra que aún en tales situaciones se obtienen ganancias.

Esta teoría alega que los países deben producir los bienes que le otorgan la mayor ventaja comparativa. La tabla a continuación explica el funcionamiento del modelo de la ventaja comparativa:

**Costo de la mano de obra  
(en horas) para producir  
una unidad**

	Ropa	Granos
Norte	50	100
Sur	200	200

A la primera vista se tiene la impresión de que el comercio sería poco rentable o por lo menos de que no hay incentivos para el intercambio.

Sin embargo, el comercio es ventajoso para ambas naciones, a condición de que los costos relativos de producción sean distintos en ellas.

El precio de ropa antes de intercambio en Norte es de 50/100 horas de granos, de manera que una unidad de ropa puede cambiarse por media unidad de granos.

En Norte, el precio de la ropa es la mitad del granos. En Sur, una unidad de ropa cuesta 200/ 200 horas de grano o una unidad de granos.

En Sur, el precio de la ropa es igual al del grano. Si Norte puede importar más de una media unidad de granos por una unidad de ropa, se beneficiará con el intercambio.

*De igual manera, si Sur puede importar una unidad de ropa por menos de una unidad de granos, también saldrá ganando con el intercambio.*

En conclusión, el comercio aporta ganancias siempre que las razones de precio relativo de dos bienes difieren en el comercio internacional de lo que serían si no existiera el intercambio.

El libre comercio ofrece a los socios comerciales mayor producción y consumo económico a medida que se especializan en la producción, exportando el bien que les reporta una ventaja competitiva e importando el que les brinda una desventaja comparativa. La condición autarquía les brindará lo contrario.

La teoría de la ventaja comparativa tampoco contesta la cuestión relativa a la distribución de las ganancias entre los dos países ni a la distribución de las ganancias y pérdidas entre los productores de granos y de ropa en los países.

En libre comercio, ningún país perderá pero las ganancias podrían acumularse en una nación y en un solo grupo de ella.

#### *II.1.4 Teoría de la dotación de los factores*

Según esta teoría, los países producirán y exportarán bienes que incluyan grandes cantidades de los factores de producción que posean en abundancia e importarán los que requieren grandes cantidades de los factores que escaseen en su territorio.

Este enfoque se le llama Heckscher – Ohlin. Esta teoría ayuda a ampliar la teoría de la ventaja comparativa porque toma en cuenta la dotación y el costo de los factores de la producción. Esta teoría encuentra con ciertas limitaciones.

Por ejemplo: ciertos países cuenta con leyes de salarios mínimos las que generan precios altos de una fuerza de trabajo bastante numerosa. Por tanto, puede resultarles más barato importar ciertos bienes que producirlos en el territorio nacional.

Otra limitación es que ciertas naciones como Estados Unidos exportan más bienes que requieren mucha de mano de obra e importan bienes que incluyen mucho capital, situación que parece sorprendente.

Este resultado fue descubierto por Wassily Leontief, un economista ganador del Premio Nobel y se llama el *paradoja de Leontief* y se explica por la calidad de la mano de obra más que simplemente por las horas – hombre de trabajo. Estados Unidos por ejemplo, produce y exporta productos con mucha tecnología que requieren una mano de obra con alta escolaridad. Los problemas de la teoría de la dotación de los factores de la producción nos ayuda a entender por qué no existe no hay una teoría que explique plenamente la función de los factores económicos en la teoría del intercambio comercial.

#### *II.1.5 Teoría del ciclo de vida de los productos internacionales*

Esta teoría se refiere a las etapas de producción con nuevas técnicas. Primero la empresa matriz produce un bien, luego sus subsidiarias en el extranjero y, finalmente, se produce donde los costos sean más bajos.

La teoría explica por qué un producto que comienza como exportación termina siendo importado. Esta teoría se centra en la expansión del mercado y en la innovación tecnológica, *términos que no reciben mucha importancia en la teoría de la ventaja comparativa*. Se basa en dos principios centrales:

- Tecnología es un factor decisivo para crear y desarrollar nuevos productos.
- El tamaño y estructura del mercado contribuyen de manera importante a determinar

los patrones comerciales.

Según a esta teoría, existe tres etapas del producto: producto nuevo, producto maduro y producto estandarizado.

En un principio, el consumo se realiza en el país de origen, el precio no es elástico, las ganancias son altas y la compañía intenta venderlo a los que estén dispuestos a pagar un precio caro.

Los teléfonos celulares constituyen un ejemplo elocuente. Conforme aumenta la producción y es mayor que el consumo local, comienza la exportación.

A medida que el producto entra en la fase de madurez del ciclo de vida, un porcentaje cada vez mayor de las ventas se consigue exportándolo. Las naciones avanzadas tratarán de desarrollar productos sustitutos para reemplazar el inicial con uno de los suyos.

La introducción de los sustitutos y la disminución de la demanda del producto original harán que la compañía creadora del producto cambie de estrategia, concentrándose en más bien en la protección del mercado que en la producción. Se buscará asimismo, descubrir nuevos mercados en los países en vías de desarrollo.

A medida que el producto entra a la fase de producto estandarizado, la tecnología se generaliza y todo mundo empieza a tener acceso a ella. La producción tiende a trasladarse a regiones de bajo costo; por ejemplo los países en vías de desarrollo y el ámbito internacional.

La compañía tratará también a diferenciar el producto y evitar la competencia de precios, en la cual el precio se convierte en el factor decisivo de la demanda.

## II.1 AGENTES DE CAMBIO

Para que se produzca un cambio, alguien o algo dentro de la compañía debe iniciarlo y cuidarlo mediante su implantación. La intervención de esta persona o variables se llaman *agente de cambio*.

La tabla a continuación muestra los agentes de cambio en el proceso de internalización:

<p><i>Internos en la compañía</i></p> <p>Administración bien informada Administración nueva Sucesos internos significativos</p> <p><i>Externos a la compañía</i></p> <p>Demanda Otras compañías Distribuidores Bancos Cámaras de comercio Agentes de exportación Actividades gubernamentales</p>
--

### *II.2.1 Agentes de cambios internos*

Se refiere a una administración bien informada. La administración busca oportunidades después de descubrimiento y entendimiento del valor de los mercados internacionales.

Lo que posibilita el logro de esta búsqueda son tales factores como: un viaje en el extranjero o el recibo de la información que hace la administración consciente de la existencia de dichas oportunidades.

La estancia en el extranjero e interés en la cultura por parte del administrador hacen que éste investigue si las oportunidades de marketing internacional son apropiadas para su compañía.

La tabla a continuación muestra las características clave que han demostrado que afectan al involucramiento de las compañías en la exportación.

### *Características administrativas clave que afectan el involucramiento en la exportación*

- ◆ Educación
- ◆ Exposición internacional
- ◆ Orientación internacional
- ◆ Compromiso

Una administración o nuevos empleados es el segundo nivel de agentes de cambio. Los administradores nuevos traen consigo sus experiencias en marketing internacional y fomentan las actividades de negocios de su nueva compañía.

Para alcanzar sus metas, ellos consideran una serie nueva de opciones, una de ellas siendo la actividad de marketing internacional. Un suceso interno significativo puede ser un agente de cambio de importancia.

La llegada de un empleado nuevo fuertemente convencido de que su compañía debe emprender las actividades de marketing internacional, puede encontrar formas de motivar a la administración.

La sobreproducción, la reducción en el tamaño del mercado nacional y la información sobre usos actuales del productos son otros sucesos que afectan el involucramiento en la exportación.

Si el productor se da cuenta de que los bienes que él vendía se revendía en el extranjero a mayor precio, este puede ser una fuerte razón para involucrarse en la actividad de marketing internacional.

El tomador de la decisión sobre si se exporta es la responsabilidad del presidente y el departamento de mercadotecnia en caso de las compañías pequeñas y medianas. Llevar a cabo la decisión es la responsabilidad del personal de marketing.

La evaluación de las actividades de marketing internacional recae en el presidente de la compañía. Se debe convencer tanto el presidente como el departamento de marketing internacional sobre la importancia de marketing internacional.

## *II.2.2 Agentes de cambio externos*

La demanda extranjera es la principal influencia externa sobre la decisión de una compañía de llegar a internacionalizarse. Las expresiones de la demanda mediante una investigación desde el extranjero tienen un efecto poderoso en el interés inicial de entrar al mercado inicial.

Los pedidos conseguidos sin un esfuerzo previo son uno de los principales factores que motivan a las compañías a iniciarse en la exportación. Sin embargo, es de vital importancia que las compañías toman la iniciativa para iniciarse en la exportación.

Otra influencia es el comportamiento de otras compañías en la misma industria en forma de los planteamientos y acciones. El valor asignado a los mercados internacionales por un ejecutivo de la competencia captura la atención de la administración.

Los planteamientos citados pueden proporcionar credibilidad pero también se les toman con miedo porque un competidor de éxito puede usurpar los negocios de la compañía. Debido a este hecho, las reuniones formales e informales entre los administradores de las diferentes compañías sirven como un importante agente de cambio.

El otro agente de cambio son los distribuidores. Para incrementar su volumen de distribución internacional, motivan a las compañías netamente nacionales a participar en marketing internacional.

Los bancos y otras compañías de servicios tales como los despacho contables actúan como agentes de cambio si proporcionan a los clientes nacionales la información sobre oportunidades internacionales. Tales organizaciones trabajan estrechamente con sus clientes nacionales esperando cada vez más que los clientes nacionales utilicen sus servicios para cualesquiera transacciones internacionales que surjan.

Las cámaras de comercio y otras asociaciones de negocios que frecuentemente interactúan con las compañías a nivel nacional pueden intensificar los intereses de marketing internacional. Ellos en realidad actúan como intermediarios secundarios porque verdaderamente el cambio se produce por la presencia y el estímulo de otros administradores.

Los agentes exportadores proporcionan una orientación de marketing internacional mediante dos clases de actividades. Algunos de ellos lo hacen mediante la búsqueda de nuevas actividades de negocios internacionales. Otros agentes visitan compañías y

las motivan a penetrar a mercados internacionales.

En el pasado, las compañías pagaban un honorario básico más una comisión por los servicios prestados. La tendencia hoy día es para cada compañía buscar su propio agente para comercializar sus productos. Los agentes padecen de algunas deficiencias entre ellas la tenencia de aptitudes limitadas y estar informados sólo sobre algunos mercados o líneas de producto. Muestran una selectividad respecto a su escogimiento de los clientes y nuevos productos o no son capaces de proporcionar un esfuerzo suficiente para conseguir un éxito en marketing internacional.

Los cobros exigidos por ellos de sus clientes por todas las funciones de marketing que realizan, hace menos rentables los esfuerzos de marketing internacional de lo que se esperaba originalmente.

Los esfuerzos gubernamentales a nivel nacional también sirven como un agente de cambio importante. Los gobiernos se ven cada vez más activos en el impulso y apoyo de las exportaciones debido a los beneficios que éstas generan en forma del crecimiento económico, empleo e ingresos fiscales.

La promoción de las exportaciones es una parte integral de muchas políticas comerciales del país.

El gobierno también ayuda a los exportadores mediante otras actividades gubernamentales. Tales actividades son: las agencias del desarrollo económico que asisten a las compañías con información, presentación de productos en el extranjero y algunas veces con financiamiento.

Las misiones comerciales y actividades similares se llevan a cabo por algunas de las ciudades más grandes.

El peso de este factor gubernamental es difícil de medir pero indudablemente tales esfuerzos llegan a ser un importante factor de influencia por su cercanía a las empresas.

### II.3 LOS MOTIVOS PARA INTERNACIONALIZARSE

Se trata de las razones fundamentales por las cuales las compañías deciden internacionalizarse. Estas razones o motivos son las siguientes:

- a) El tipo y calidad de los administradores - este trata de la dinámica administrativa, el compromiso administrativo, las percepciones y actitudes administrativas.



Todos estos factores son útiles para pronosticar respecto al éxito de las exportaciones. Los administradores también requieren de un alto nivel de educación formal y un dominio del idioma extranjero que los administradores de las compañías no exportadoras.

*Cabe notar que Kenia cuenta con una deficiencia grave en cuanto a su dominio del idioma español y sus administradores deben involucrarse en la capacitación de lograr éste para penetrar al mercado mexicano exitosamente.*

Existen varios criterios de clasificar a las compañías involucradas en el negocio internacional, por lo menos, de acuerdo a algunos autores:

- i) Las compañías activas y pasivas
- ii) Las compañías agresivas y no agresivas - Las compañías activas son aquellas orientadas más al largo plazo y activas en una cantidad mayor de mercados.

Según Michael R. Czinkota y otros, todas las diferenciaciones apuntan a la conclusión de que el comportamiento de marketing internacional de las compañías se relaciona con las aspiraciones gerenciales, capacidades y el nivel de compromiso que la administración esté dispuesta a dar al esfuerzo de marketing internacional.

En general, los administradores de las compañías que no tienen éxito o están inactivos en el mercado internacional presentan una falta de determinación o dedicación al marketing internacional.

Dado que no se puede penetrar al mercado internacional de la noche a la mañana, sino más bien se requiere una enorme cantidad de actividad de desarrollo del mercado, investigación del mercado y sensibilidad a los factores del mercado extranjero - el compromiso administrativo es crucial.

El compromiso citado debe ser capaz de soportar el estancamiento, algunas veces, los reveses y fracasos. Para cumplir esta esperanza, la administración se debe involucrar a todos los niveles administrativos, desde el principio el proceso de planeación de exportaciones y convencer a los principiantes de que el esfuerzo sólo tendrá éxito con el compromiso de toda la compañía..<sup>2</sup> (idem.)

Es necesario establecer una estructura de exportación específica en la cual alguien asume la responsabilidad de exportar. Sin una estructura responsable. Se pierde el enfoque necesario para el éxito.

La persona asignada a las actividades de marketing internacional puede empezar a

explorar y entrar en los mercados internacionales. En la mayoría de los casos de las actividades empresariales, ningún factor por sí sólo puede justificar cualquier acción, La realidad es que, una combinación de factores impulsan a las compañías hacia una dirección determinada.

Esto es igualmente aplicable a la internacionalización. La motivación consiste en una variedad de factores que presionan y motivan a las compañías hacia el camino internacional<sup>3</sup>.

La tabla siguiente muestra los principales motivos para internacionalizarse. En ella se hallan los motivos activos y proactivos:

PRINCIPALES MOTIVOS PARA  INTERNACIONALIZAR COMPAÑÍAS  PEQUEÑAS Y  MEDIANAS	<i>Proactivos</i>
	Ventajas de utilidad
	Productos únicos
	Ventaja tecnológica
	Información exclusiva
	Impulso Administrativo
	Beneficios fiscales
Economías de escala	
	<i>Reactivos</i>
	Presiones competitivas
	Sobreproducción
	Disminución de las ventas nacionales
	Exceso de capacidad
	Mercados nacionales saturados
	proximidad con clientes y puertos

*Fuente: Czinkota R. Michael y Ronkainen Ilkka A. Marketing Internacional, 4a edición, pág. 217.*

### **11.3.1 Motivos proactivos**

El motivo proactivo más estimulante en el mercado internacional es la ventaja de utilidades.

La rentabilidad percibida con frecuencia es muy diferente a la rentabilidad obtenida. La rentabilidad inicial es muy baja en particular en operaciones internacionales de inicio. Un segundo estímulo surge de productos únicos o de una ventaja tecnológica.

Es posible que una compañía produzca bienes o servicios que no están disponibles para la mayoría de los competidores internacionales o que haya hecho avances tecnológicos en un campo especializado.

Si los productos o la tecnología son únicos proporciona una ventaja competitiva y resultan en un importante éxito de negocios en el extranjero. La información única es otro estímulo proactivo.

Éste incluye el conocimiento sobre clientes extranjeros, mercados o situaciones de mercado que no poseen otras compañías.

El impulso administrativo es otro motivo proactivo que refleja el deseo, ímpetu y entusiasmo de la administración hacia las actividades de marketing internacional.

Algunos administradores les gusta ser asociados con una compañía que opera a nivel internacional o simplemente son impulsados por el deseo de viajar.

El impulso administrativo es un reflejo de la motivación empresarial general. Los beneficios fiscales también forman un motivo fuerte.

Algunos gobiernos provee las compañías involucradas en las actividades de marketing internacional . Estos incentivos fiscales permiten a las compañías beneficiarias ofrecer sus productos a los mercados extranjeros a un precio bajo o acumular una utilidad más alta.

Últimamente, la participación en las actividades de marketing internacional permite a las compañías a escalar más rápido en la curva de aprendizaje y de esta manera incrementar su producción.

A un nivel inicial de internacionalización significa una búsqueda creciente de mercados de exportación; después resulta en la apertura de subsidiarias extranjeras e instalaciones extranjeras de producción.

### *11.3.2 Motivos reactivos*

Estos motivos influyen en las compañías para responder a los cambios y presiones del ambiente de negocios.

Estos motivos son:

- i) La sobreproducción.
- ii) Las ventas nacionales estables o en disminución.
- iii) El exceso de capacidad.
- iv) El mercado nacional está saturado.
- v) La proximidad con los clientes y puertos.

A continuación son los temores pertinentes a las compañías ante sus competidores nacionales que genera la necesidad de internalizarse:

- i) El temor de perder su participación en el mercado nacional ante los competidores que se han beneficiado por sus actividades de marketing internacional en las economías de escala.
- ii) El temor de perder permanentemente de los mercados extranjeros ante competidores nacionales que deciden concentrarse en esos mercados.

El conocimiento de que la participación de mercado es retenida fácilmente por la compañía que la consigue al principio, *las compañías deben entrar al mercado internacional con un cambio total.*

La entrada rápida puede provocar una salida rápida una vez que la compañía reconoce que su preparación ha sido insuficiente.

#### *La sobreproducción*

La expansión hacia el mercado internacional, motivada por la sobreproducción, no representó un compromiso total por parte de la administración, sino más bien *una actividad de válvula de seguridad* (Czinkota pág. 220).

Las compañías que utilizan esta estrategia generalmente están orientadas al corto plazo. Tan pronto como la demanda del mercado nacional tiene niveles satisfactorios, las actividades de marketing internacional se disminuyen o incluso terminan.

Las compañías que utilizan esta estrategia experimentan ciertas dificultades cuando intentan emplearla otra vez, porque *muchos clientes extranjeros no están interesados*

*en relaciones temporales o esporádicas.*

Dicha reacción del extranjero junto a lecciones aprendidas en recesiones pasadas, enfatizan el peligro de mantener inventarios grandes.

#### *Las ventas nacionales estables o en disminución*

Éstas se miden en volumen de ventas o participación de mercado. Tienen el mismo efecto que lo anterior.

Los productos comercializados por la compañía a nivel nacional puede estar en su etapa declinante de su ciclo de vida.

Se puede, en este caso, expandir el mercado para prolongar el ciclo de vida de dichos productos en vez de tratar de la recuperación nacional del ciclo de vida de los productos citados.

#### *El exceso de capacidad*

Esto es un estímulo poderoso. Cuando se emplea la capacidad total respecto a los equipos de producción, la compañía puede ver la expansión en el mercado internacional como una posibilidad ideal para lograr una distribución más extensa de los costos fijos.

Al asignar todos los costos fijos a la producción nacional, la compañía entra al mercado internacional con precios principalmente enfocados a los costos variables. Esta estrategia puede ser de utilidad a corto plazo pero resulta que ofrece productos a un costo más bajo que en el país lo cual, a su vez, crea demandas legales por *dumping*.

A largo plazo los costos fijos tienen que ser recuperados para el reemplazo del equipo de producción que las crecientes actividades de marketing internacional exigen.

*La estrategia de penetración de mercado con base en los costos variables no es factible a largo plazo.*

#### *El mercado nacional está saturado*

Este estímulo produce los mismos resultados que hacerlo por ventas nacionales decadentes. Las compañías que se encuentran en esta situación pueden utilizar el mercado internacional para prolongar el ciclo de vida de su producto y de su

organización.

### *La proximidad a los clientes y puertos*

Refiere a la cercanía física y psicológica al mercado internacional. Este estímulo juega un papel importante en las actividades de exportación de una compañía. Por ejemplo: las actividades de mercado estadounidenses fronterizas con Canadá no son percibidas por los comerciantes norteamericanos porque se las consideran como sólo una extensión del comercio nacional debido a la cercanía de ambas naciones.

Sin embargo la mayoría de las compañías estadounidenses están situadas lejos de los países extranjeros.

Por razones de la cercanía, la mayoría de las compañías europeas requieren de correr solamente 50 millas para convertirse en mercadólogos internacionales al contrario a las de Estados Unidos que requieren a recorrer unas 200 millas para lograr este fin.

Se hace diferencia entre la cercanía geográfica y la distancia psicológica o psíquica. *La cercanía geográfica no se convierte automáticamente en cercanía real o percibida por el cliente extranjero.*

*.Un mercado que en términos geográficos parezca cercano puede estar psicológicamente distante debido a los elementos tales como: las variables culturales, los factores legales y otras normas sociales.* Por ejemplo: la investigación ha revelado que la mayoría de las compañías estadounidenses consideran a Canadá a estar mucho más cerca, en un sentido psicológico, que México o otros países latinoamericanos por manejar el idioma inglés, a pesar de las distancias geográficas involucradas.

Inglaterra se considera más cercano a las compañías estadounidenses, en un sentido psicológico, a pesar de su enorme distancia de Estados Unidos por la similitud en el idioma. Cabe comentar respecto a este punto que este factor repercute fuertemente en cuanto al comercio bilateral Kenia - México porque ambas naciones se ven separadas por una distancia geográfica enorme y carencia de la similitud en el idioma.

Mayoritariamente, Kenia utiliza el inglés y swahili como sus idiomas oficiales, educativos y de negocio. Mientras tanto, México maneja fundamentalmente el idioma español pero en la actualidad un número apreciable de los funcionarios tanto del sector público como el privado maneja cierto dominio del idioma inglés, especialmente desde cuando se firmaron el Tratado del Libre Comercio del América del Norte (TLCAN) con Estados Unidos y Canadá.

Kenia tiene que buscar, urgentemente, los medios necesarios para llenar esta brecha psicológica mediante un intento deliberado a nivel nacional para fines de penetrar de manera más seria a este mercado hispanohablante.

En conclusión se advierte que las compañías exportadoras más exitosas están motivadas por factores provocativos.

*Los motivos de una compañía no cambian drásticamente en el corto plazo, sino que más bien son estables.*

Generalmente hablando, las compañías provocativas son más orientadas al servicio que las compañías reactivas. Además, están más orientadas al marketing y la estrategia que las compañías reactivas, cuya principal inquietud es los aspectos operacionales.

*Las compañías provocativas solicitan su primera orden de marketing internacional, mientras que las reactivas empiezan las actividades de marketing internacional después de recibir una orden no solicitada desde el extranjero.*

Las consideraciones anteriores ayudan en la determinación de las situaciones que permiten un cambio en cuanto a las actividades de la comp

## II.4 LAS ETAPAS DE INTERNACIONALIZACIÓN

La internacionalización es un proceso gradual. En los mercados pequeños, las compañías pueden ser fundadas con el propósito explícito de realizar marketing en el extranjero, debido a la importancia reconocida del marketing internacional, y porque *la economía nacional también puede ser demasiado pequeña para apoyar sus actividades..*

*Los exportadores innatos* son exportadores de inicio y tienen un papel distinto que desempeñar al involucrarse en el comercio internacional de una economía.

*En muchos casos, las compañías empiezan sus operaciones en el mercado nacional.* Con el tiempo, algunas de ellas desarrollan un interés en el mercado internacional.

El desarrollo de interés referido ocurre en varias etapas. En cada etapa las compañías muestran diferencias en cuanto a sus capacidades, problemas y necesidades.

*Al principio, la mayoría de las compañías no tienen el interés en el mercado internacional.* Los pedidos no solicitados si persigue, junto con otros estímulos del

mercado internacional, forzarán a la compañía a convertirse en *un exportador parcialmente interesado*.

Este implica que la compañía cubrirá los pedidos no solicitados. Para evolucionar de una compañía desinteresada a una interesada parcialmente, es necesario que una compañía mantenga un registro de seguimiento de la expansión del mercado nacional.

La siguiente etapa involucra *la exploración de los mercados internacionales y estudios de factibilidad de exportar*. La compañía se convierte en un *exportador experimental, por lo general a países psicológicamente cerca*.

En la siguiente etapa *la compañía evalúa el impacto que las actividades de exportación han tenido* en sus actividades generales. Existe la posibilidad de que la compañía se desilusione con su desempeño del mercado internacional y se retire de estas actividades.

Si este no ocurre, *la compañía procederá como un pequeño exportador experimentado*. La etapa final de este proceso es *adaptación de la exportación*.

En esta etapa la compañía es un exportador experimental hacia un país particular y ajusta las exportaciones a las modificaciones en los tipos de cambio, tarifas y otras variables.

*La administración está dispuesta a explorar la factibilidad de exportar a otros países adicionales que están más lejos en términos psicológicos*.

Este nivel de adaptación se alcanza una vez que las transacciones de exportaciones comprenden el 15% del volumen de ventas. La compañía se convierte en un participante estratégico del mercado internacional.



## II.5 LAS INQUIETUDES SOBRE LA INTERNACIONALIZACIÓN

Al ingresar al mercado internacional, las compañías se encuentran nuevos problemas en las diferentes etapas según muestra la siguiente tabla:

*Principales inquietudes corporativas en cada una de las etapas de internacionalización*

1Rango	2. Empresas parcialmente interesadas	3. Empresas en proceso de exploración	4. Exportadores en proceso de experimentación	5. pequeño exportador con experiencia	6 Gran exportador con experiencia
1	Financiamiento	Comunicación	Esfuerzo de ventas	Comunicación	Comunicación
2	Información	Esfuerzo de ventas	obtención de información financiera	Esfuerzo de ventas	Esfuerzo de ventas
3	Comunicación	Reunión de información mercadológica	producto físico	Reunión de información financiera	Reunión De información mercadológica
4	Consejo técnico de asesoramiento	Información de prácticas de negocios	Reunión de información mercadológica	Obtención de información financiera	Suministro de servicio de reparación
5	Esfuerzo de ventas	Obtención de información financiera	Información de prácticas de negocios	Manejo de documentación	Información de prácticas de negocios

Fuente: Czinkota Michael R. y Ronkainen Ilkka A. *Marketing Internacional*, 4a edición, pág. 228

Las compañías en la etapa de conciencia de exportaciones - interesados parcialmente en el mercado internacional - se preocupan por los aspectos operacionales como *el flujo de la información y la mecánica para realizar las transacciones internacionales.*

Saben que un conjunto nuevo de conocimientos y aptitudes es necesario y tratan de adquirirlo. Las compañías que ya han tenido exposición a los mercados internacionales empiezan a pensar en los aspectos de marketing táctica como *la comunicación y el*

*esfuerzo de ventas.*

*Las compañías que alcanzan la fase de adaptación de la exportación están orientadas a la estrategia y servicio, es decir, se preocupan por los aspectos de plazo más largo como la presentación del servicio y cambios reglamentarios.*

Entre más activas lleguen a ser en los mercados internacionales, más reconocen las compañías que una orientación internacional de marketing es tan básica como lo es la del mercado internacional.

La relación entre los diversos componentes y características de la decisión fomenta el entendimiento del dicho proceso. El modelo muestra la interacción entre los componentes y muestra el crecimiento gradual de una compañía hasta convertirse en un participante total en el campo global.

Utilizando este modelo tanto la administración como un empleado prospecto fácilmente puede colocar la etapa que se encuentra la compañía en el proceso de desarrollo de la exportación y los cambios necesarios para conseguir un progreso continuo.

Para hacer hincapié de las implicaciones de las diferentes etapas de la internacionalización, Czinkota R Michael, en *Export Development Strategies: US Promotion Policy* (Nueva York: Praeger, 1982 pág.100); precisa los siguientes perfiles que delimitan algunas de las características más sobresalientes de las compañías en cada una de las etapas.

***Etapa 1: La compañía totalmente desinteresada***  
Perfil

- ◆ un volumen anual de ventas menor de 5 millones de dólares.
- ◆ Cuenta con menos de 100 empleados.
- ◆ El principal ejecutivo es el presidente.
- ◆ La compañía no exporta ni planea hacerlo en el futuro.
- ◆ La compañía no explora la posibilidad de exportar ni cubre los pedidos de exportación no solicitados.
- ◆ La administración tiende a creer que las exportaciones no contribuirán a la utilidades o crecimiento de la compañía.

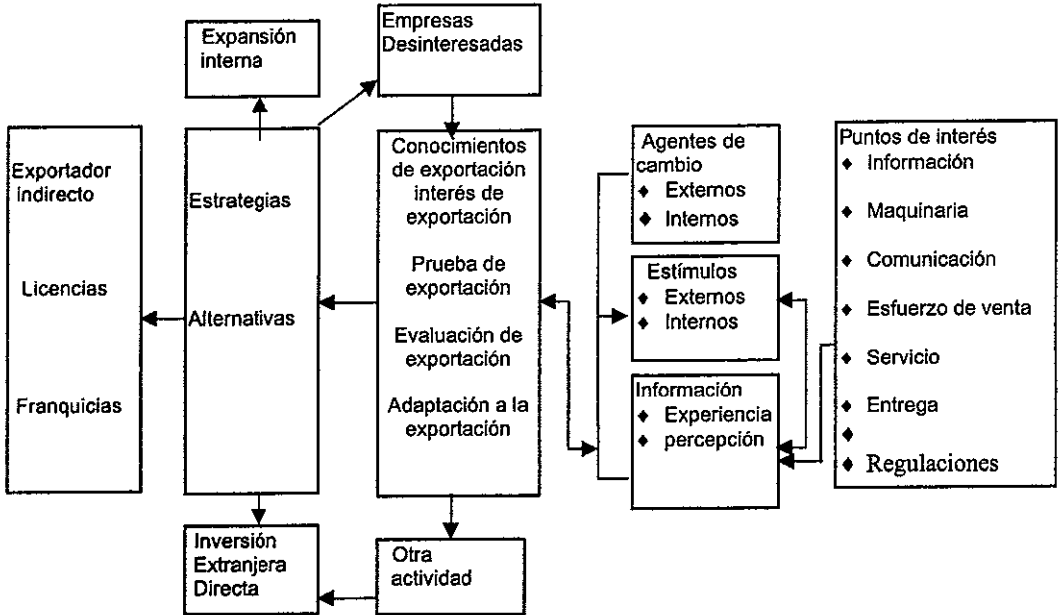
*Requerimientos de asistencia:*

- \* Provocar un nivel de conciencia de exportación.

*Estrategias de aplicación/ ejecución:*

- \* Incrementar la comunicación que resulta el valor de la exportación sobre una base no solicitada.
- \* Comunicar los beneficios tangibles de la exportación por medio de las asociaciones de comercio y miniconferencias.
- \* utilización de los pequeños exportadores de éxito de un colega o grupo de referencia como modelos para que éstos proporcionen testimonios y casos de estudio a las compañías no interesadas en la exportación
- \* Incrementar la difusión de la información que muestra el tamaño y rentabilidad de los mercados internacionales.
- \* Dar mayor educación internacional en las escuelas para fomentar la conciencia del mercado internacional.
- \* Exponer a la administración cifras de la actividad de la exportación por industria, estadísticas de rentabilidad de la exportación y datos sobre el impacto de actividades específicas de exportación sobre la balanza comercial.

*Un modelo del proceso de desarrollo de la exportación*



Fuente: Czinkota Michael R. 4a edición. *Marketing Internacional*, pág. 229.

**Etapa 2: La compañía interesada parcialmente**

*Perfil*

- Tiene un volumen anual de ventas de 5 millones de dólares.

- \* Cuenta con una fuerza laboral de menos de 100 empleados.
- \* El volumen actual de exportaciones anuales es inferior a 200 000 dólares colocados en menos de diez clientes.
- \* El presidente de la compañía tiene la mayoría de la participación en la decisión de exportar; el gerente de marketing es el segundo de abordo.
- \* La administración tiende a creer que la exportación es una actividad deseable y explora las posibilidades de exportar.
- \* La administración no está segura si la compañía exportará más en el futuro y si las exportaciones contribuirán al crecimiento y utilidades de exportación.
- \* Un producto único y una ventaja de utilidades son los dos motivos fundamentales.
- \* Los aspectos considerados como fuentes de los problemas del esfuerzo de exportación incluyen financiamiento, información sobre prácticas de negocios, comunicación, la presentación de asesoría técnica y el esfuerzo de ventas.
- \* Las compañías en esta situación creen que las personas y/u organizaciones externas son una ayuda sustancial para su esfuerzo de exportación cuando les proporcionan información financiera, financiamiento, manejo de documentación, comunicación y transferencia de fondos.

*Requerimiento de asistencia:*

- \* Provocar niveles de conciencia sobre los beneficios de la exportación
- \* Proveer la información sobre la mecánica de exportación.

*Estrategias de aplicación/ ejecución*

- \* Utilizar los casos de estudio para demostrar los beneficios derivados por exportar.
- \* Sensibilizar a las compañías acerca de los servicios disponibles respecto a la actividad exportadora.
- \* Proporcionar los servicios de exportación en una manera precisa y oportuna.

- \* Dar respuesta a las solicitudes de financiamiento para exportar de dichas compañías, mediante más financiamiento para la exportación de poco volumen y de una manera rápida.
- \* Capacitar a los empleados en el manejo de los problemas en la documentación rutinaria
- \* Proporcionar a los empleados un conocimiento general de la mecánica de la transferencia internacional de fondos (el sistema de pagos internacionales).
- \* Crear una fuerza laboral centralizada en el Departamento de Comercio con fines de posibilitar un acceso rápido a los funcionarios de campo con problemas no rutinarios.
- \* Fundar bancos universitarios de idiomas que, con un pequeño honorario ayuden a las compañías a traducir documentos extranjeros.

### *Etapa 3: La compañía exploradora*

#### *Perfil*

- \* tienen un volumen anual de ventas inferior a 10 millones de dólares
- \* Cuentan con una fuerza laboral de menos de 100 empleados.
- \* Exportan alrededor de 500 000 dólares de mercancía en menos de 20 clientes.
- \* Más de un tercio de ellas buscan el primer pedido de exportación.
- \* El presidente es el principal ejecutivo respecto a exportar.
- \* Tienen reconocimiento del interés de exportar y que la compañía tiene productos exportables.
- \* La compañía se involucra en exportar y explorar activamente las posibilidades de exportar.
- \* Se reconocen la contribución potencial de la exportación al crecimiento y utilidades de la compañía pero, las utilidades exportaciones anteriores no cumplen con las

expectativas.

- \* Los principales motivos que impulsan la exportación son, el producto único y la ventaja de utilidades.
- \* Los problemas importantes se encuentran en las áreas de comunicación, el esfuerzo de ventas, recabación de marketing, información sobre práctica de negocios y para obtener la información financiera.
- \* Se considera valiosa la asistencia externa para las áreas de obtención de información financiera, información sobre prácticas de negocios, recabación de información de marketing, manejo de documentación y comunicación.

*Requerimiento de asistencia:*

- \* Hacer más rentable la exportación.
- \* Proporcionar información general y asistencia práctica.

*Estrategias de aplicación/ejecución*

- \* Aprovechar la legislación fiscal que reduce la tasa de impuestos corporativa sobre una cantidad especificada de exportaciones lo que puede ser un incentivo significativo.
- \* Un incremento en las deducciones por pérdidas de exportaciones también ayuda a la rentabilidad de las compañías exportadoras.
- \* Los acuerdos de participación de riesgos y utilidades con una institución gubernamental por una cantidad especificada de exportaciones iniciales, también puede considerarse.
- \* Las necesidades de tenencia de información general se cubren por los libros y folletos que contengan datos actuales sobre el mercado apoyado por su amplia distribución.
- \* Mayor cooperación con las universidades también ayudará

#### *Etapa 4: El exportador experimental*

##### *Perfil*

- \* Cuenta con un volumen anual de ventas menos a 5 millones de dólares
- \* Cuenta con una fuerza laboral de menos de 100 empleados.
- \* Las exportaciones promedios son de 750 000 dólares y se embarcan a 10 clientes.
- \* un tercio de las compañías en esta categoría buscan activamente su primer pedido de exportación el que proviene del país vecino.
- \* El presidente es el principal ejecutivo.
- \* Se considera la exportación como una actividad favorable pero hay nada más una ligera exploración de las posibilidades de exportar.
- \* Los motivos impulsores de la exportación son el producto único, la ventaja tecnológica y ventaja de utilidades.
- \* Los problemas de exportación se perciben en las áreas del esfuerzo de ventas, obtención de información financiera, adaptación física del producto, recabación de la información de marketing e información sobre prácticas de negocios.
- \* Se consideran la asistencia externa como algo valioso en el área de recabación de la información de marketing, información sobre prácticas de negocios, manejo de documentación, obtención de información financiera y comunicación.

##### *Requerimientos de asistencia:*

- \* Motivar la exploración activa de exportación.
- \* Proporcionar asistencia general.
- \* Ayudar con la adaptación del producto



### *Estrategias de aplicación/ ejecución:*

- \* Proporcionar a la administración requisiciones de compras extranjeras de los productos fabricados por estas compañías.
- \* Incrementar la participación en las exhibiciones extranjeras.
- \* Buscar contactos y llevar a cabo contactos iniciales para ellas.
- \* Actuar como un intermediario y colocar pedidos de exportación con las compañías
- \* una institución puede demostrar los beneficios de la exportación sin forzarlas a tomar parte en el riesgo inicial.
- \* Se debe comunicar una mayor información sobre los estándares extranjeros del producto.
- \* Tratar de reducir la fuerza del problema de los costos incurridos en la actividad exportadora por medio del aprovechamiento de la legislación que permitiría mayores deducciones de los impuestos.

### *Etapa 5: El pequeño exportador:*

#### *Perfil:*

- \* Un volumen anual de ventas inferior a 10 millones de dólares.
- \* una fuerza laboral de 100 empleados.
- \* Un volumen de exportación de menos de 1.5 millones de dólares que se embarca en un promedio de 40 clientes.
- \* 40% de esas compañías buscan activamente su primer pedido de exportación
- \* Un tercio de ellas empezaron su exportación a un país vecino (Canadá en caso de los Estados Unidos) y la gran parte de su exportación se destina a éste.
- \* El presidente es el ejecutivo principal
- \* El vicepresidente de marketing participa muy cerca de él.

- \* La exportación se percibe como una actividad muy favorable.
- \* La rentabilidad obtenida en el pasado se cuestiona.
- \* Los principales motivos para exportar son: la ventaja de utilidades, producto único, el impulso administrativo y una ventaja tecnológica.
- \* Los principales problemas se hallan en las áreas de comunicación, esfuerzo de ventas, recabación de la información de marketing, obtención de información financiera y manejo de documentación.
- \* La asistencia externa se percibe útil en la recabación de la información sobre prácticas de negocios, recabación de información s de marketing, obtención de información financiera, comunicación y financiamiento.

*Requerimientos de asistencia:*

- \* Hacer más rentable la exportación.
- \* Proporciona asistencia general.
- \* Ayudar con el financiamiento

*Estrategias de aplicación/ ejecución:*

- ❖ Motivar el uso de incentivos fiscales.
- \* Otorgar mayor asistencia financiera a esta etapa y por periodos más largos que para las compañías en las primeras etapas.
- \* Mantener una estrecha asociación con un banco de exportación y importación para satisfacer la necesidad de una respuesta rápida a las solicitudes de financiamiento.
- \* Llevar a cabo los seminarios de capacitación sobre financiamiento de la exportación.
- \* Señalar, de manera rápida y precisa, las solicitudes de información financiera.

## *Etapa 6: El exportador grande y experimentado*

### *Perfil:*

- \* Cuentan con un volumen anual de ventas de 50 millones de dólares
- \* Emplean entre 100 y 250 personas.
- \* El volumen anual de exportación promedio es alrededor de 6 millones de dólares, embarcados en 140 clientes.
- \* Alrededor de la mitad de las compañías buscan activamente su primer pedido de exportación.
- \* Una quinta parte de ellas empiezan sus actividades de exportación con su país vecino, por ejemplo: Canadá en caso de Estados Unidos hacia donde embarcan un octavo de sus exportaciones.
- \* Los principales tomadores de decisiones son el presidente y el gerente de marketing respecto a la exportación dentro de la compañía.
- \* La exportación se percibe como una actividad muy favorable y la compañía planea estar activa en el futuro.
- \* Los factores motivadores engloban la ventaja de utilidades, ventaja tecnológica, presiones competitivas, legislación fiscal, un producto único e impulso administrativo.
- \* Se encuentran problemas principalmente en las áreas de comunicación, esfuerzo de ventas, recabación de información de marketing, prestación de servicios de mantenimiento e información sobre prácticas de negocios.
- \* La asistencia externa es útil en las áreas de la información de marketing, información sobre prácticas de negocios, obtención de información financiera, financiamiento y transferencia de fondos.

### *Requerimientos de asistencia:*

- \* Facilitar el servicio al cliente.
- \* Proporcionar asistencia general.

\* *Estrategias de aplicación/ ejecución:*

\* Para facilitar el servicio de exportación debe capacitar personal extranjero. Los costos de capacitación, con el costo indirecto del servicio al cliente, como la traducción de manuales de mantenimiento pueden recibir tratamiento fiscal preferencial mediante múltiples deducciones que permiten la expansión de la exportación sin que el costo del servicio al cliente sea un fuerte impedimento.

La concesión de los incentivos fiscales deben considerarse porque la rentabilidad de los esfuerzos de exportación obtenidos en esta etapa están bastante comprometidos con la continuidad de sus actividades internacionales, incluso sin los beneficios fiscales.

## II.5 ESTRATEGIA CORPORATIVA Y EXPORTACIÓN

Según atraviesa una compañía por las etapas del proceso de internacionalización, pueden suceder cosas curiosas respecto al riesgo y las utilidades.

Los siguiente factores aumentan el nivel de percepción por parte de la administración por involucrarse en una nueva actividad de exportación:

- \* El desarrollo gradual de la capacidad
- \* las diversas inquietudes provocadas por comprometerse en una nueva actividad
- \* La incertidumbre con el nuevo ambiente al que se está por entrar.

*Conforme expande la compañía encuentra factores nuevos y desconocidos, que la exponen a un mayor riesgo.*

- \* Existen mayores necesidades de inversión para un esfuerzo de exportación serio y las utilidades pueden retroceder
- \* A largo plazo, con la familiaridad con los mercados internacionales, y los beneficios obtenidos por abastecer mercados diversificados, el riesgo disminuye por debajo del nivel anterior, " sólo nacional" y aumentará la rentabilidad.
- \* La administración puede enfrentar una situación difícil, quizá inaceptable, en el corto plazo: *incrementar el riesgo y aceptar la disminución de la rentabilidad..*

Encarados por esta situación, muchos ejecutivos están tentados a no iniciar actividades de exportación o bien a discontinuarlas.

- Al internacionalizarse implica un costo prohibitivo. Sin embargo, el buen entendimiento de las etapas de internacionalización ayuda la comprensión del comportamiento del riesgo y rentabilidad en la actividad de exportación y *así apreciar el hecho de que los acontecimientos negativos sólo son a corto plazo.*
- El logro del éxito en la exportación requiere que la compañía asuma riesgo y que se dé cuenta de que un desempeño satisfactorio de exportación tomará tiempo.
- El desempeño satisfactorio se puede alcanzar mediante las siguientes opciones:

⇒ La efectividad de la exportación

⇒ La eficiencia y fuerza competitiva

*La efectividad se caracteriza por la adquisición de la participación de mercado en el extranjero y por mayores ventas*

*La eficiencia se manifiesta después, al aumentar la rentabilidad. La fuerza competitiva es la posición de la compañía, comparada con otras, en la industria. Y se debe a los beneficios de la experiencia en el mercado internacional, su probable crecimiento.*

El mercadólogo internacional debe evaluar las dimensiones del tiempo y desempeño asociadas con su internacionalización para superar las desventajas del corto plazo, por el bien del largo plazo<sup>4</sup>.

## **CAPÍTULO III: LAS BARRERAS CONTRA EL COMERCIO**

La mayoría de los países siguen produciendo bienes y servicios que podrían comprar de otros a un costo menor *parcialmente por las barreras comerciales* que incrementa su costo.

### *III.1 Causas de las barreras contra el comercio*

A continuación son las razones principales para imponer las barreras comerciales:

- a) Para estimular la producción nacional - esta estrategia se utiliza mucho por los países latinoamericanos
- a) Para alentar las exportaciones y contribuir a crear los mercados mundiales proporcionando a las empresas del país subsidios por medio de exenciones fiscales y financiamiento a bajas tasas de interés.
- c) Para impedir la actividad exportadora siendo ,ésta una de las fuentes importantísima de la actividad económica mundial.

Las metas buscadas por medio de las barreras comerciales son:

- a) Proteger el empleo, protegiendo las empresas nacionales en contra de la competencia extranjera.
- b) Estimular la protección nacional para sustituir las importaciones.
- c) Proteger las industrias que apenas acaban de establecerse
- d) Reducir la dependencia respecto a los proveedores extranjeros.
- e) Estimular la inversión directa tanto nacional como extranjera.
- f) Atenuar los problemas relacionados con la balanza de pagos.
- g) Promover la actividad exportadora.
- h) Evitar que los multinacionales sigan practicando el dumping, es decir, vender productos a bajo costos para obtener una participación en el mercado.
- i) Apoyar los objetivos políticos como negarse a comerciar con países que practican el

apartheid o niegan a los derechos civiles a sus ciudadanos.

### *III.2 Las barreras del uso común*

Estas barreras obstaculizan el libre flujo de los bienes y servicios internacionales. A continuación se explican algunas de las más comunes:

#### *III.2.1 Barreras basadas en el precio*

Con frecuencia se carga un arancel al precio de los bienes y servicios importados. A menudo el arancel se basa en el valor del producto.

Este tipo de arancel se le conoce como ad valorem (al valor), por ejemplo: a algunos productos de tabaco que entra en Estados Unidos se les agrega un arancel ad valorem del 100%, cuyo efecto es de duplicar el costo al consumidor estadounidense.

Los aranceles aumentan los ingresos del gobierno, se desalientan las importaciones y se hacen más atractivos los productos nacionales.

#### *III.2.2 Límites de cantidad*

También, se les conocen como cuotas. Su función es de restringir el número de unidades que pueden importarse o bien la participación en el mercado que se permite. La cuota se llama embargo, cuando se fija en cero como en el caso de los puros habaneros procedentes de Cuba.

Si la cuota anual se establece en 1 millón de unidades no poder importarse una cantidad mayor durante un año; una vez alcanzada la cuota, las importaciones adicionales se devuelven al país exportador.

En algunos casos la cuota se establece para fines de restringir la participación en el mercado, por ejemplo: Canadá no permite a los bancos extranjeros tener más de 16% de los depósitos de los bancos canadienses y la Comunidad Europea restringe las importaciones de automóviles japoneses al 10% del mercado total.

#### *III.2.3 Fijación de precios internacionales*

A veces un grupo de empresas internacionales establece precios o volúmenes de venta con el propósito de controlar el precio. A esto se le llama cartel. La OPEP es un buen ejemplo de esta estrategia.

Este cartel regula la oferta de petróleo y de esa manera controla el precio y las ganancias. Dicha práctica es ilegal en Estados Unidos y en Europa pero Estados Unidos apoya la idea básicamente de permitir a los competidores cooperar para enfrentar la competencia internacional.

### *III.2.4 Límites financieros*

Existen varios límites financieros. Entre los más comunes son los controles del tipo de cambio que restringe el flujo de las divisas. Por ejemplo, la mayoría de los países latinoamericanos permiten a los exportadores cambiar sus dólares por moneda local, pero establecen restricciones al acceso a los dólares destinados a la compra de las importaciones.

Otro control involucra la restricción de las divisas que alguien puede sacar del país. Por ejemplo: los viajeros no pueden sacar del país una cantidad mayor de \$ 3,000 dólares por persona.

Otro tipo de control es el empleo de tipos fijos de cambio que son muy favorables para el país. Por ejemplo: los dólares pueden cambiarse por moneda local a 1:1, pero sin control la tasa sería 1:4. La situación ocurre con mayor posibilidad cuando existe un mercado negro de divisas que ofrece un tipo de cambio muy distinto a la tasa fija.

### *III.2.5 Controles de la inversión extranjera*

Estos son límites a la inversión directa extranjera, a la transferencia o envío de fondos. Las formas existentes son:

- a) Exigir a los inversionistas que tengan una posición de propiedad minoritaria (49% o menos)
- b) Restringir la transferencia de utilidades (por ejemplo: al 15% de capital acumulado).
- c) Prohibir el pago de regalías a las compañías matrices, con lo cual se impide que repatrien capitales.

Las barreras citadas restringen mucho el comercio y la inversión internacional. Se basan a juicio de que son importantes por lo menos desde punto de vista de gobierno).



### III.3.4 Las barreras no arancelarias

Éstas son una distorsión ineficiente que aminora las ventajas potenciales del comercio. Hay muchas barreras de este tipo como muestra la tabla a continuación:

*Barreras comerciales no basadas en aranceles:*

Limitación específica	Reglas aduanales administrativas	Participación gubernamental	Cargos de importación
Cuotas ( Incluso las voluntarias)	Sistemas de valuación	Políticas de adquisición	Depósitos de importación
Licencias de importación	Reglas antidumping	Subsidios e incentivos a las exportaciones	Derechos complementarios
Incentivos complementarios	Clasificación de aranceles	Derechos compesantorios	Créditos a la importación
Límites mínimos de importación	Documentación requerida	Programas nacionales de asistencia	Gravámenes variables
Embargos	Honorarios	Desviación del comercio	Gravámenes fronterizos
Acuerdos bilaterales sectoriales	Desigualdades de las normas de calidad y pruebas		
Acuerdos sistemáticos de marketing	Normas de empaquetado, etiquetado y marketing		

*Fuente: Rugman M. Alan. Negocios Internacionales, pag. 188.*

Las naciones recurren de ellas para proteger sus industrias y empresas.

Las negociaciones de la Ronda de del GATT celebrada en Tokio se centraron en la reducción de de las barreras no arancelarias.

En ocasiones, se deben a una política nacional y a la dirección de la economía, por ejemplo; las reducciones fiscales para atenuar las desigualdades del ingreso o las regulaciones tendientes a favorecer la compra de la población local o el empleo.

Esto da origen a subsidios indirectos a las exportaciones.

Las siguientes son algunas de las barreras no arancelarias:

- Cuotas
- Restricciones a la política de comprar productos nacionales
- Valuación de derechos aduanales
- Barreras técnicas
- Legislación antidumping, subsidios y aranceles compensatorios
- Productos agrícolas
- Restricciones a las exportaciones

### *III.3.1 Cuotas*

Una cuota limita las importaciones a determinado nivel. Cuando se impone, la producción interna aumenta y se elevan los precios. Como consecuencia provocan la disminución de los ingresos de gobierno.

La imposición de los aranceles como una medida de emergencia está prohibido por el GATT salvo por los productos agrícolas o cuando un país tiene problemas de balanza de pagos a corto plazo.

En términos generales, las empresas prefieren ser protegidas por cuotas y no por aranceles. Cuando se fijan cuotas, si se conoce la demanda interna futura, podrá n sus niveles futuros de producción.

Cuando se establecen aranceles, deben calcular la elasticidad de la curva de la demanda para los productos importados y los movimientos futuros en los precios mundiales, reto mucho más difícil.

### *II.3.2. Restricciones a la política de comprar productos nacionales*

Las normas referentes a la política "compre productos nacionales" exigen que los gobiernos den preferencia a los productos nacionales, algunas veces con la total exclusión de las multinacionales.

En Kenia por ejemplo, la gran parte de las industrias de teléfonos, telégrafos, generación y transmisión de electricidad, las líneas aéreas y los ferrocarriles son de propiedad estatal. Lo mismo es el caso en Europa.

Estados Unidos también, tiene una serie de ineficientes regulaciones de "compra productos fabricados en el país" en los niveles nacional y estatal que discriminan a los proveedores extranjeros.

En la ronda del GATT celebrada en Tokio en los años 70, se aprobó un código poco riguroso para que los proveedores extranjeros puedan tener acceso a los contratos gubernamentales.

Hoy los gobiernos al menos publican los grandes contratos de licitación para dar a conocer el precio del triunfador o los criterios para conocerlo.

### *III.3.3 Valuación de derechos aduanales*

En la Ronda de Tokio citada con anterioridad se avanzó bastante en el área de la valuación de derechos aduanales para el pago de impuestos.

Actualmente el valor de dichos impuestos se basa en el costo de la facturación. También, se redujo la discrecionalidad de las aduanas para reclasificar los productos.

### *III.3.4 Las barreras técnicas*

Las normas de los productos y procesos respecto a la salud, el bienestar, la seguridad, el tamaño y las medidas pueden crear barreras comerciales que excluyen los productos que no cumplen con ellas. Los procedimientos de prueba y certificación pueden ser engorrosos, lentos y caros.

Estos costos corren por cuenta del exportador antes que se realice la venta en el exterior. Los gobiernos tienen el derecho y la obligación de proteger a sus ciudadanos estableciendo normas que impidan la venta de productos peligrosos. Pero estas normas pueden usarse para impedir el comercio<sup>5</sup>.

El nuevo código de barreras comerciales exige la consulta previa entre los socios antes de establecer una norma que impida el intercambio. Además estipula que los procedimientos de certificación y de procedimientos den el mismo tratamiento a los bienes de importación y a los producidos en el país y que el país importador acepte las pruebas de certificación realizadas en la nación exportadora.

### *III.3.5 Legislación antidumping, subsidios y aranceles compensatorios*

El GATT da permiso a los países proteger a sus productores contra la competencia desleal como el dumping de productos a precios exageradamente bajos con el propósito de obtener una participación en el mercado y acabar con la competencia.

Se permiten a los países importadores fijar aranceles adicionales a los productos que hayan recibido *subsidios de exportación* o que sean objeto de dumping. Antes de fijar dichos aranceles se debe probar que la industria ha sufrida un daño "material" por las importaciones objeto de dumping o subsidiadas.

Aunque la compra de los productos objeto de dumping se consideran "buena compra" por los consumidores, es injusta para los fabricantes nacionales.

Estos fabricantes quejan del dumping y también por las importaciones subsidiadas que pueden ser equilibradas mediante impuestos "compensatorios", si el mercado nacional del país exportador está cerrado a ellos.

Se elaboró en la Ronda de Tokio un código de aranceles compensatorios y de impuestos antidumping que agilizan el proceso de decidir si las exportaciones han sido objeto de dumping o subsidiadas y si se ha perjudicado la industria nacional.

### *III.3.6 Productos agrícolas*

La comercialización de los productos agrícolas está muy controlada por cuotas y aranceles tanto fijos como variables.

Los productores nacionales a menudo reciben subsidios cuantiosos directamente o por precios domésticos artificialmente altos. A menudo también se subsidia a las exportaciones agrícolas.

La Política Agrícola Común establece aranceles variables a las importaciones para mantener altos precios en el país o impedir las importaciones. Se canalizan los ingresos obtenidos de los aranceles para subsidiar las exportaciones.

La política enfurece a los productos extranjeros, puesto que no sólo reduce sus exportaciones al gran mercado europeo, sino también disminuye los precios mundiales y les hace una competencia "injusta" en los mercados del tercer país.

### III.4 ARANCELES

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.

#### *III.4.1 Clasificación de aranceles*

Derechos compensatorios

Créditos a la importación

Límites mínimos de importación

Documentación requerida

Programas nacionales de asistencia

Gravámenes variables

Embargos

Honorarios

Desviación del comercio

*Gravámenes fronterizos*

Acuerdos bilaterales sectoriales

Desigualdades de las normas de calidad y pruebas

Acuerdos sistemáticos de marketing

Normas de empaquetado, etiquetado y marketing

*Los aranceles a la exportación aunque se establecen en casos excepcionales y 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.*

A continuación se describe los aranceles más comunes:

- a) Un derecho específico es un arancel basado en la unidad de medida como \$1 por cada producto importado. Así, un empresario que introduce 1 000 pares de zapatos paga un derecho específico de \$ 1 000. Otros ejemplos pertinentes podrían ser: US\$5.00 por metro de tela; US\$150.00 por cabeza de ganado. En este caso, el valor real, calculado o ficticio no tiene ninguna trascendencia fiscal.

Se infiere de los casos anteriormente citados que en lo respecto al arancel específico, no se considera si el precio de la tela es muy elevado o muy bajo (a diferencia de ad valorem que sí diferencia precio 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.

- b) Un derecho ad valorem (al valor) es un arancel basado en un porcentaje del valor del producto. Un empresario que introduce un reloj tasado en \$25 dólares y con un impuesto del 10% pagar un arancel de \$2.50.

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 (OMC antes GATT).

Se define el valor de aduana como 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, valor LAB (libre a bordo) o por sus siglas inglesas 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 CSF (costo, seguro y flete) o en inglés CIF

- c) Un derecho compuesto es un arancel conformado por un derecho específico y un

derecho ad valorem. Un traje valuado en \$80 que tiene un derecho específico de \$3 y un derecho ad valorem de 5%, tendrá un derecho compuesto de \$7.

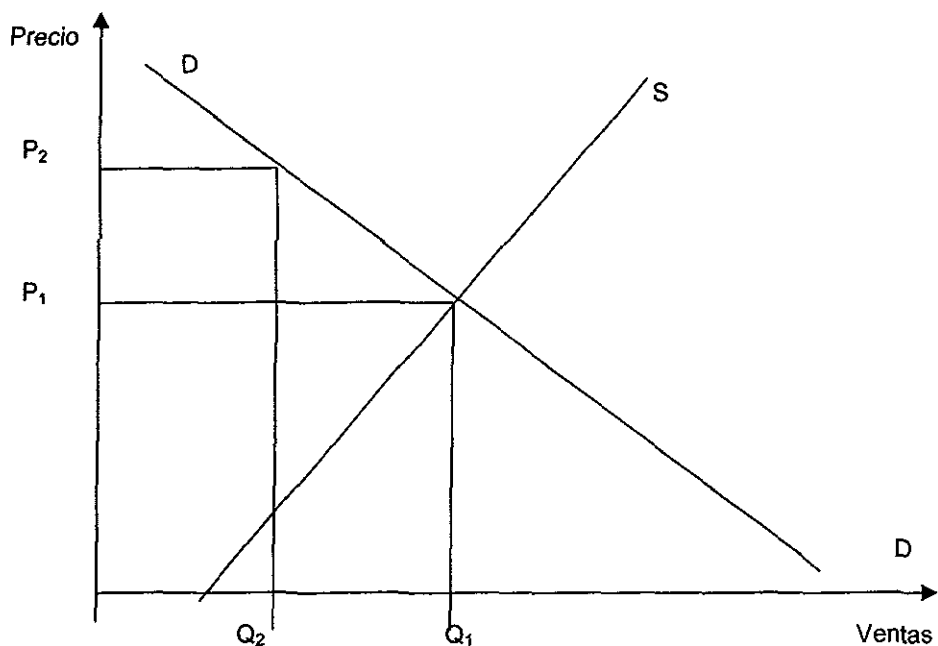
A continuación son algunos de los efectos resultantes de la introducción de los aranceles:

- a) Incrementan los ingresos gubernamentales.
- b) Protegen la industria nacional
- c) Con dichos impuestos disminuyen la demanda del producto respectivo al elevar el precio para el comprador.

Como resultado del precio, los productores nacionales serían menos competitivos y le arrebataron participación en el mercado a las multinacionales que están exportando bienes hacia el país.

Sin embargo, como se aprecia en la figura que sigue, esto se hace cobrando menos dinero al público consumidor y reduciendo el número de compradores que adquieren el producto.

### III.4.2 El Impactos de un arancel



### III.4.3 Los motivos para imponer los aranceles

Dichos motivos son:

- a) Proteger las industrias o empresas nacionales.
- b) Prevenir que las multinacionales vendan bienes a precios bajo que en su territorio nacional.
- c) Prevenir dumping que consiste en vender bienes importados a precios menor que el costo o por debajo de lo que cuestan en el país exportador.
- d) Incrementar los ingresos del gobierno. Los aranceles de importación constituyen una fuente importante de ingresos para los países en vías de desarrollo.



e) Reducir los gastos hechos en extranjero por los ciudadanos, a fin de mejorar la balanza de pagos ( Rugman M. Alan / Hodgetts M.Richard. Negocios internacionales, un enfoque de administración estratégica, McGrawHill, México: 1997 p g. 185.)

En conclusión los aranceles siguen siendo una de las barreras comerciales de mayor uso, pese a que a menudo perjudican a los consumidores de bajos ingresos y tiene poca o nula repercusión en los de altos ingresos.

Actualmente la tendencia entre los países industrializados es hacia la eliminación total de estas barreras y la implementación de políticas de un comercio más libre.

### III.5 BALANZA DE PAGOS.

Se mide la actividad económica por medio del análisis de su *balanza de pagos*. Ésta es el registro del valor de todas las transacciones que realizan sus habitantes con el resto del mundo.

Las cuentas que conforman el dicho documento se pueden agrupar en tres grandes categorías: componentes de la cuenta corriente, componentes de la cuenta de capital y reservas.

La balanza de pagos es un sistema de asiento doble. Cada transacción se registra como cargo o abono. En el debe se registra las transacciones como las *importaciones* de un bien o servicio, un aumento de los activos o una reducción de los pasivos.

En el haber, se asientan la exportación de un bien o servicio, una disminución de los activos o un *incremento de los pasivos*.

Se utilizará la tabla a continuación para explicar la naturaleza de las tres categorías de la balanza de pagos:

### III.5.1 La estructura general de la balanza de pagos

		Cargos	Abonos
<b>I</b>	<b>Cuenta corriente</b>		
	<b>A. Bienes, servicios, ingresos:</b>		
	1. Mercancía	Importaciones de fuentes extranjeras( adquisición de bienes).	Exportaciones a destinos internacionales ( suministro de bienes).
	2. Embarque y otro tipo de transporte	Pagos a extranjeros por flete y seguros de envíos internacionales; por talleres de reparaciones y suministros de barcos; tarifas internacionales de pasajeros.	Ingresos de residentes provenientes de extranjeros por servicios prestados
	3. Viajes	Gastos realizados por residentes( entre otros, el transporte interno) cuando viajan al extranjero.	Ingresos de los residentes por bienes y servicios( el transporte interno, por ejemplo) vendidos a viajeros extranjeros en el país que hace la presentación.
	4. Ingreso por inversión	Ganancias de las inversiones directas extranjeras en el país que hace la presentación: utilidades reinvertidas; cantidades pagadas a los extranjeros por concepto de intereses, dividendos, etc.	Ganancias de las inversiones directas de los residentes en el extranjero; por ejemplo, utilidades reinvertidas; ingresos que perciben los residentes en el extranjero por concepto de intereses, dividendos, etc.

	5. Otros oficiales	Compras en el extranjero por el gobierno que no figuran en otras partidas; gastos personales del personal civil y militar del gobierno asignados al país que hace la presentación.	Gastos de los gobiernos extranjeros pagados por bienes y servicios que no figuran en otras partidas; gastos personales del personal civil y militar asignado al país que hace la presentación.
	6. Otros privados	Pago a extranjeros por conceptos de honorarios administrativos, regalías, alquiler de películas, construcción, etc.	Ingresos procedentes de extranjeros por honorarios administrativos, regalías, alquiler de películas, construcción, etc.
	<i>Bienes, servicios y saldo de ingresos</i>		
	<i>B. Transferencias unilaterales</i>		
	1. Privados	Pagos en efectivo y en especie por los residentes a los extranjeros sin nada a cambio; por ejemplo, regalos y obsequios de los emigrantes a sus familias.	Ingresos en efectivo y en especies de los residentes por personas o gobiernos del extranjero sin nada a cambio.
	2. Oficiales	Transferencias del gobierno del país que hace la presentación, destinadas a pensiones, reparaciones y subsidios para ayuda económica y militar.	Transferencias que el gobierno recibe de extranjero en forma de bienes, servicios o efectivo como regalo o subsidios. También, ingresos fiscales de no residentes.
	<i>Balance de la cuenta corriente</i>		
<b>II</b>	<b>Cuenta de capital</b>		
	C. Capital, excluidas las reservas:		

	1. Inversión directa	<p>a. Aumento de las inversiones en empresas extranjeras controladas por residentes, incluida la inversión de las ganancias.</p> <p>b. Disminuciones de la inversión de los residentes en empresas nacionales controladas por extranjeros.</p>	<p>a. Disminuciones de la inversión en empresas controladas por los residentes.</p> <p>b. Aumento de la inversión en empresas nacionales controladas por extranjeros.</p>
	2. Inversión de portafolio	<p>a. Aumentos de la inversión de los residentes en valores internacionales.</p> <p>b. Disminuciones de la inversión de extranjeros en valores nacionales como bonos y capital contable de las empresas.</p>	<p>a. Disminuciones de la inversión de residentes en valores internacionales.</p> <p>b. Aumentos de los extranjeros en valores nacionales</p>
	3. Otras inversiones a largo plazo, oficiales	<p>a. Préstamos a extranjeros</p> <p>b. Redención o compra de valores gubernamentales por extranjeros.</p>	<p>a. Reducciones de préstamos internacionales.</p> <p>b. Ventas de valores gubernamentales a extranjeros.</p>
	4. Otras inversiones a largo plazo, privadas	<p>a. Préstamos a largo plazo hechos a extranjeros por bancos del país anfitrión y por particulares.</p> <p>b. Liquidación de préstamos a bancos extranjeros o a particulares por parte de los residentes.</p>	<p>a. Préstamos a largo plazo de extranjeros a bancos del país anfitrión o a particulares.</p> <p>b. Liquidación de préstamos hechos a residentes por extranjeros.</p>

	<p>5. Otras inversiones a corto plazo, oficiales</p>	<p>a. Préstamos a <i>corto plazo</i> hechos a extranjeros por el gobierno central.</p> <p>b. Compra de valores gubernamentales por extranjeros, disminución de pasivos que constituyen las reservas de las autoridades extranjeras</p>	<p>a. Préstamos a corto plazo hechos por extranjeros al gobierno central del país anfitrión.</p> <p>b. Ventas internacionales de valores a corto plazo del gobierno, aumento de los pasivos que constituyen las reservas de las autoridades internacionales.</p>
	<p>6. Otras inversiones a corto plazo, privadas</p>	<p>a. Aumentos de los activos extranjeros a corto plazo propiedad de los residentes.</p> <p>b. Disminución de los activos nacionales en manos de extranjeros como depósitos bancarios, moneda, deudas bancarias y reclamaciones comerciales.</p>	<p>a. Disminuciones de los activos a corto plazo de los residentes. Aumento de los pasivos extranjeros de los residentes.</p> <p>b. Aumento de los activos nacionales a corto plazo de los residentes o disminución de los pasivos nacionales a corto plazo de los extranjeros.</p>

III	D. Reservas:	Aumento de las reservas de oro, derechos especiales de retiro, divisas convertibles por las autoridades monetarias; disminución de los activos del FMI o mejoramiento de su posición de activos.	Disminución de las reservas de oro, divisas convertibles por las autoridades monetarias; aumento de los pasivos del FMI o disminución de su posición de activos.
	1. Monedas de oro		
	2. Derechos especiales de retiro		
	3. Posición de reserva del FMI		
	4. Activos en divisas		
III	E. Errores netos y omisiones	Subexpresión neta de las deudas registradas o sobreexpresión de los créditos registrados.	Subexpresión neta de las deudas registradas o sobreexpresión de los créditos registrados.

Fuente: Rugman Alan M. *Negocios Internacionales*, pág. 206-207

Saldos: (i) saldos sobre comercio de mercancías                      A-1 menos cargos A-1  
(ii) saldos sobre bienes, servicios e ingresos                      A-1 abonos A-6 menos  
cargos A-1a A-6.  
(iii) saldo sobre cuenta corriente                      Abonos A y B menos cargos A y B

### III.5.2 Categorías generales de la balanza de pagos

El FMI es la institución que procura conservar la estabilidad de la balanza de pagos en el sistema financiero internacional. Dicha institución diseñó un sistema estandarizado y una forma de presentación de ese instrumento.

Esta forma de presentación se utiliza ampliamente en todo el mundo. A continuación se describen las tres cuentas principales que conforman éste instrumento.

### II.5.2.1 La cuenta corriente

Esta cuenta involucra el intercambio de mercancías, de servicios y de transferencias unilaterales (véase la tabla anterior).

El intercambio de mercancías es la primera parte de la cuenta corriente. En esta cuenta se registran la importación y exportación de bienes, y éstos suelen ser el componente más grande de las operaciones internacionales.

La venta de los productos a extranjeros (exportaciones) se anotan como abonos por ser una fuente de fondos o de reclamación contra el país que compra.

Por el contrario, la compra de bienes al extranjero (importaciones) se asientan como cargos porque éstos utilizan fondos. El pago puede hacerse reduciendo las reclamaciones a extranjeros o aumentando los pasivos de ellos.

Las transacciones del intercambio de mercancías pueden afectar a la balanza de pagos de un país en varias formas. Supongamos que Nissan Motors de Japón vendió a General Motors de Estados Unidos \$600 000 en motores y que General Motors los pagará de una cuenta que tiene en un banco de Detroit.

En este caso, las importaciones son un cargo a la cuenta corriente (A-1) y un abono a la cuenta de capital "privado a corto plazo" (C-6b). A continuación se muestra como se registraría el asiento:

		Cargo	Abono
A-1	Mercancía importada	\$600 000	
C-6b	Aumento de los activos nacionales a corto plazo de los extranjeros		\$600 000

El resultado de esta compra es que Estados Unidos ha transferido divisas a extranjeros y, por tanto, disminuye su capacidad de pagar otros créditos.

### III.5.2.2 Servicios

Estos incluyen muchos pagos tales como el flete y el seguro de los embarques internacionales(A-2); los viajes turísticos(A-3) las ganancias e ingresos provenientes de la inversión en el extranjero(A-4); gastos personales del gobierno, civiles y personal militar estacionado en el extranjero(A-5), y pago de honorarios a los gerentes, alquiler

de películas y servicios de construcción( A-6).

Las compras de estos servicios se asientan como cargos, mientras que las ventas son semejantes a las exportaciones y se asientan como cargos.

Supongamos, con base en el ejemplo anteriormente citado, que el fabricante estadounidense debe pagar \$125 000 dólares a Nissan para que le envíe los motores a Estados Unidos. La transacción se registrará como sigue:

		Cargo	Abono
A-2	Embarque	\$125 000	
C-6b	Otro capital particular a corto plazo		\$125 000

GM compró un servicio japonés de embarque (un cargo en la cuenta corriente) y lo pagó aumentando los activos nacionales a corto plazo en poder de extranjeros (un cargo a la cuenta de capital).

#### II.5.2.3 Transferencias unilaterales

Son transacciones que no incluyen el repago ni la prestación de un servicio. Entre los ejemplos figuran los siguientes: American Red Cross cuando envía \$10 millones en alimentos a los refugiados de Somalia; Estados Unidos cuando paga las pensiones militares a los habitantes de las Filipinas que sirvieron en el ejército norteamericano durante la Segunda Guerra mundial, y los trabajadores británicos en Kuwait cuando envían dinero a sus familiares de Londres.

A continuación se muestra como se registrará una transacción de American Red Cross en la balanza de pagos estadounidense:

		Cargo	Abono
B-1	Transferencias unilaterales, privadas	\$10 000 000	
A-1	Comerciantes exportadores		\$10 000 000

#### III.5.2.4 La cuenta de capital

Los elementos que conforman esta cuenta son operaciones que incluyen reclamaciones de propiedad. La inversión directa (C-1) contiene la participación en una empresa



extranjera junto con cierto grado de control.

Desde punto de Estados Unidos, una inversión directa es aquella que confiere al inversionista más de 10% de la propiedad.

La inversión de portafolio(C-2) es aquella cuya finalidad es obtener ingresos o ganancias de capital. Si Exxon enviara \$20 millones de equipo a una subsidiaria del extranjero el asiento sería como sigue;

		Cargo	Abono
C-1	Inversión directa	\$10 millones	
A-1	Exportaciones		\$10 millones

Las cuentas de capital tituladas "Otras cuentas a largo plazo" se diferencian según sean operaciones del gobierno (C-3) o de particulares (C-4).

Estas cuentas tienen un vencimiento de más de 1 año y contienen préstamos o valores. Por ejemplo: Citibank puede haber prestado \$50 millones de dólares al gobierno de Polonia. También se distinguen según sean gubernamentales (C-5) o privadas (6-2).

Las primeras suelen ser préstamos a corto plazo en valores de otros gobiernos. Las segundas a menudo incluyen aceptaciones de letras de cambio comerciales u otras reclamaciones a corto plazo provenientes del financiamiento del comercio y de movimientos de dinero por inversionistas para sacar partido de los diferenciales de las tasas de interés entre las naciones.

### III.5.2.5 Reservas

Se emplean para mantener el equilibrio en la balanza de pagos. Las autoridades monetarias disponen de cuatro tipos principales de reservas para cubrir las déficits de la balanza. (D1 a D4 en la tabla citada con anterioridad).

Las reservas son análogas a los activos de efectivo o casi efectivo en una empresa privada. Puesto que muchos millones de dólares provenientes de las transacciones figuran en los estados de la balanza de pagos, no debe sorprendernos el hecho de que los cargos anotados nunca sean iguales a la cantidad de abonos.

Esto se aplica porque en la cuenta de la reserva hay un asiento para errores netos y omisiones. Si el sistema de estados financiero de un país es débil o si existen muchas transacciones clandestinas, esta discrepancia será muy grande.

## **CAPÍTULO IV: LAS FORMAS DE PAGOS INTERNACIONALES**

Uno de los puntos clave para alcanzar el éxito de las operaciones de comercio internacional es elegir la forma más adecuada para recibir o efectuar los pagos en las transacciones comerciales.

En una transacción de esta naturaleza los participantes se encuentran en países diferentes y por lo mismo puede presentarse grandes diferencias. Una de ellas es el cuerpo legal que regula el comercio internacional en los respectivos países de las partes.

Se deben considerar otros aspectos que pueden influir en forma negativa en las transacciones si no se utilizan una forma de pago adecuada, por ejemplo embarcar las mercancías a una empresa en el extranjero sobre la que se carecen de referencias, aceptándose sólo el compromiso de ésta, a veces vía telefónica, de que enviará el pago correspondiente en cuanto reciba el pedido en su fábrica o bodega.

Se deben negociar tanto la forma como el plazo de los pagos pertinentes a una venta dada en los mercados internacionales.

Los participantes deben evaluar que forma de pago les conviene para asegurarse de que recibirán o harán el pago con toda oportunidad.

En el comercio internacional existen varias formas para realizar o recibir los pagos para las mercancías como se enumera a continuación:

- \* Cheques
- \* Giros bancarios
- \* Ordenes de pago
- \* Cobranzas bancarias internacionales
- \* Carta de crédito

La de crédito provee la mayor seguridad al exportador en comparación con las demás modalidades listadas previamente.

#### IV.1 Cheques

No es raro que en algunas operaciones de comercio internacional se convengan en que los pagos se efectúen con cheques, porque se tiene la confianza de que se cobrarán sin dificultad. Sin embargo, en muchas ocasiones esto no sucede.

*Hasta en las transacciones nacionales, es común que los bancos no paguen por diversos motivos, como la falta de fondos para cubrir la cantidad establecida en esos documentos.*

Tanto las personas físicas como morales que reciben cheques con cargo a los bancos establecidos en el extranjero no están seguros si la cuenta que los respalda tendrá los fondos suficientes, o bien si quien firma el cheque está autorizado para hacerlo.

En este caso el exportador recurre a un banco de su localidad, y por lo general deposita ese cheque "salvo buen cobro".

El banco abonará la cantidad equivalente en moneda nacional sólo cuando cobre ese documento en el banco del extranjero.

Es también común que los compradores y vendedores se entreguen cheques "posfechados" pues el beneficiario confía en que el deudor contará con fondos en la fecha propuesta.

Sin embargo, existe la posibilidad de que jamás se pueda cobrar el documento por falta de recursos en la cuenta. Los riesgos de esta práctica son obvios.

Si el exportador decide aceptar esta forma de pago, debería prestar mucha atención a lo siguiente:

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

## IV.2 Giro bancario

Éste se define como un título de crédito nominal, en virtud de que debe expedirse invariablemente a nombre de una persona física o de una empresa, pues no existen giros al portador. Otras características de esta forma de pago son:

- ◆ Tiene una gran aceptación en el comercio internacional, ya que se puede emitir giros en cualquier divisa, además de que no es necesario tener cuenta en ningún banco.
- ◆ En México esta forma de pago se tramita en cualquier banco
- ◆ El comprador debe solicitar la venta de un giro internacional donde se indique: el importe, la divisa y la plaza donde radica el beneficiario.
- ◆ Son de negociabilidad restringida, ya que los bancos sólo los reciben para abono en cuenta.
- ◆ El beneficiario no recibe efectivo y se le exige identificarse a la satisfacción de las instituciones
- ◆ Por la regla general no se permiten que estos documentos se endosen a terceros.
- ◆ Quien utiliza esta forma de pago debe asegurarse de que el banco con el que opera el deudor (el importador) puede emitir los giros con cargo al banco que atiende al acreedor (el exportador). Con ello se asegura una transacción rápida y sin contratiempos.
- ◆ Es práctica común que los exportadores que aceptan esta forma de pago embarquen las mercancías antes de recibir el original del giro, lo cual no es nada aconsejable, pues no deben despacharse mientras no se reciban el documento original y se presente para cobro.

## IV.3 Orden de pago

La posesión de una cuenta bancaria es necesaria para utilizar este medio de pago. No existen órdenes de pagos condicionadas, por lo que no es posible que el banco exija al beneficiario que pruebe, por ejemplo, que las mercancías se han embarcado a fin de efectuar el abono. Se aconseja que lo utilice sólo en casos en que haya mucha confianza entre las partes.

Las partes que intervienen en este tipo de operaciones son las siguientes:

- ◆ Ordenante
- ◆ Beneficiario
- ◆ Banco ordenante
- ◆ Banco pagador

*Ordenante*

Es la persona que compra la orden de pago.

*Beneficiario*

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

*Banco ordenante*

Es aquel que recibe en sus ventanillas el importe de la operación por parte del importador.

*Banco pagador*

Es aquel que acepta efectuar el pago mediante el depósito a uno de sus cuenta - habientes. A continuación se hallan otras características respecto a este medio de pago:

- ◆ El ordinante es quien inicia los trámites en un banco de su localidad, preferentemente con el cual normalmente realiza sus operaciones.
- ◆ El importador requisita un formato previamente establecido en el cual anota: el nombre y domicilio completo del beneficiario, la cantidad y la divisa de la orden de pago que requiere, así como los datos completos del banco pagador y el número de la cuenta a la que deberán abonar los fondos.

- ◆ Con base en esta información, el banco ordenante transmitirá el mensaje respectivo, utilizando las vías de comunicación más modernas, para que el giro se abone al beneficiario.
- ◆ Esta forma de pago es muy usual entre los exportadores mexicanos, ya que la utilizan para recibir los pagos por la exportación de sus productos o por anticipos convenidos con los clientes.
- ◆ Es importante que el exportador envíe sus datos y los del banco que maneja su cuenta en forma correcta, pero sobre todo que verifiquen con el banco antes de embarcar las mercancías, si éste fue el convenio, que los fondos respectivos estén acreditados en su cuenta; esto ayudará o eliminará cualquier problema que pudiera presentarse con el manejo de esta forma de pago.
- ◆ El exportador debe negociar con el cliente quien y cómo cubrirán los gastos y comisiones bancarios que intervienen en la instrumentación de esta forma de pago.

#### *IV.4 Cobranzas bancarias internacionales*

Los exportadores pueden utilizar el servicio de cobranzas bancarias internacionales. A continuación son las características fundamentales de esta forma de pago:

- ◆ El exportador acude a un banco para solicitar el servicio de cobranza internacional
- ◆ El exportador debe instruir al banco qué gestiones deberá realizar por encargo del solicitante (el exportador).
- ◆ Las instrucciones que el exportador le dé al banco deben ser muy exactas, pues éste las acatará al pie de la letra.
- ◆ Para cumplir las instrucciones del exportador, los bancos cuentan con formatos preimpresos, que el exportador debe pedir
- ◆ El exportador debe entregar al banco (cedente), los documentos representativos de la mercancía y en ciertos casos algún título de crédito ( letra de cambio o pagaré), a fin de que ese banco, por medio de su banco corresponsal, de la preferencia establecido en la plaza del importador, presente y entregue a este último los documentos, contra el pago del importe respectivo, o con la aceptación del título de

crédito.

- ◆ Los bancos que operan este tipo de mecanismo de pago junto con sus usuarios se rigen por las prácticas bancarias recopiladas en las " Reglas Uniformes para Cobranzas", también conocidas como URC - 522 por sus siglas en inglés.
- ◆ Las cobranzas internacionales se dividen en:
  - \* Cobranza simple - Se maneja exclusivamente los documentos financieros, como letras de cambio y pagarés y cheques
  - \* Cobranza documentaria en la que se acompañan, además de los financieros: los documentos comerciales, facturas, conocimiento de embarque, etc. o la aceptación de un título de crédito, cuya fecha de vencimiento sea diferida.
  - \* Entre los títulos de crédito mencionados, el más utilizado es la letra de cambio
  - \* Ambos documentos están regulados en la Ley General de Títulos y Operaciones de Crédito.
- ◆ El exportador también puede dar instrucciones los bancos para que sean ellos los que elaboren el título de crédito, lo mantengan bajo custodia y en su oportunidad los presenten para su pago. Incluso pueden realizar el protesto en caso de no obtener la aceptación o el pago del deudor.
- ◆ Es aconsejable que el exportador solicite la asesoría de expertos antes de utilizar esta forma de pago.

#### *IV.5 Cartas de crédito*

La carta de crédito se ha convertido en un pilar fundamental en la práctica moderna del comercio internacional por su gran utilización según el Bancomext\*.

Esta fuente sigue diciéndonos que ésta es una institución verdadera. La bibliografía española sobre esta materia es poca debido a que se trata de un instrumento de reciente utilización en México sobre todo para las operaciones de comercio internacional, la apertura comercial y financiera que éste ha experimentado en los últimos años ha provocado que día con día esta forma de pago sea más estudiada por los empresarios y en las universidades.

Debido a la ausencia de normas sobre tan importante materia, la Cámara Internacional de Comercio, organización no gubernamental al servicio del comercio mundial, cuyos miembros en más de 120 países representan a millares de compañías y organismos comerciales, trabaja desde hace varias décadas para hacer una compilación de reglas conocidas como "Reglas y Usos Uniformes Relativos a los Créditos Documentarios" (Uniform Customs and Practice for Documentary Credit - UCP-500).

Las UCP-500 rigen las relaciones entre compradores, vendedores y banqueros en todos los aspectos del crédito documentario.

Se aconseja que se analice profundamente este documento antes de iniciar una operación con ésta, es decir, aun bien buscar asesoría con un banco sobre las particularidades de esta modalidad de pago.

A continuación son las características más fundamentales de este documento:

- Las cartas de crédito son por su naturaleza operaciones independientes de los contratos en los que puede estar basadas y a los bancos no les afecta ni están vinculados por tales contratos.
- No es necesario citar en una carta de crédito una referencia de un contrato en particular
- Al contrario es importante citar en un contrato 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.
- Cualquier condición no documentaria que se establezca en una carta de crédito se pasará por alto.
- Los bancos son muy cuidadosos al revisar la documentación respecto a la carta de crédito y este hecho se debe tomar en consideración. Los bancos aplican, en esta conexión, el criterio de estricta literalidad al texto de los términos y condiciones previstas en la carta de crédito.



A continuación se cita un ejemplo para tener una pista como funciona la carta de crédito:

Una empresa mexicana quiere adquirir una maquina en Kenia, y para asegurar la operación acude a su banco y le ordena la apertura de un crédito a favor de una empresa exportadora keniana, valedero o utilizable contra la presentación de los documentos que acrediten el embarque de la mercancía adquirida.

El banco del importador mexicano, por medio de su corresponsal en Kenia, procede a la apertura del crédito y transmite las instrucciones al banco keniano para que se lleve a cabo la operación dentro de los términos y condiciones convenidas entre el importador y el exportador. A continuación son los participantes en la instrumentación de la carta de crédito:

- Exportador o vendedor
- Importador o comprador
- Banco emisor
- Banco intermediario

#### *Exportador o vendedor*

Su intervención se inicia al negociar los términos y condiciones de la carta de crédito; posteriormente tendrá que embarcar las mercancías de conformidad lo convenido. También se le conoce como el "beneficiario" toda vez que él recibirá el pago convenido.

#### *Importador o comprador*

Es la persona que pone en marcha los tramites para establecer la carta de crédito, se le conoce también como el "ordenante," ya que es quien solicita en primera instancia la carta de crédito.

### ***Banco Emisor***

Es el banco que emite o abre la carta de crédito de acuerdo con las instrucciones de su cliente, es decir, del comprador ( importador).

### ***Banco intermediario***

Se le dan distintos nombres, como “ notificador” si únicamente avisa del crédito y “ confirmador” si entrega la confirmación de crédito a su cliente, etc.

Para llevar a cabo su cometido los bancos, suelen utilizar a otros bancos del extranjero, a los que se les denomina “ corresponsales”, cuya principal función es la de evaluar o calificar a los clientes y a los documentos, para garantizar el éxito de la operación.

### ***IV.5.1 Modalidades de la carta de crédito***

Existen diversas modalidades de la carta de crédito pero a continuación sólo se mencionará algunas. La instrumentación de esta forma de pago requiere cierta especialización y es recomendado que los interesados se asesoren con los especialistas. Estas modalidades de la carta de crédito incluyen las siguientes:

- Revocables
- Irrevocables
- Notificada
- Confirmada
- Por su disponibilidad de pago
- Revolventes
- Transferibles
- Standby

#### *IV.5.1.1 Revocables:*

Conforme al artículo 8 del documento UCP- 500, el banco emisor puede, en cualquier momento, modificar o cancelar las cartas de crédito revocables, sin que sea necesario avisar en forma anticipada al beneficiario.

El banco emisor está obligado a reembolsar a cualquier otro banco que haya intervenido, antes de la modificación o cancelación de la carta de crédito, en la transacción por cualquier pago, aceptación o compromiso contraído por pago diferido, siempre que los documentos estuvieron conformes con las condiciones de la carta de crédito original.

Si por ejemplo, el beneficiario de la carta de crédito presentó antes del aviso de la modificación o cancelación los documentos en orden, el pago, la aceptación, o negociación ya efectuada por el banco intermediario será inapelable.

No es aconsejable que un exportador acepte vender bajo esas condiciones, a menos que tenga plena confianza en su cliente (importador).

#### *IV.5.1.2 Irrevocables*

El banco emisor se compromete en forma total y definitiva a pagar, aceptar, negociar cumplir con pagos diferidos a su vencimiento, siempre que los documentos respectivos cumplan con los términos y condiciones.

La única forma de cancelarlos o modificarlos es cuando las partes que intervienen en la operación expresan su consentimiento para ese efecto. En caso de que una carta de crédito no indicara si es revocable o irrevocable, la misma será considerada como irrevocable, de acuerdo con el artículo 6 del documento UCP-500.

Esta es la forma de la carta de crédito más utilizada en actualidad porque otorga al exportador mayor seguridad y confianza.

Se debe señalar que en la práctica casi todos los bancos ya cuentan con los formatos con la indicación impresa de que la carta de crédito es irrevocable.

De esta forma, si un exportador tiene ya en su poder una carta de crédito irrevocable sólo deberá presentar los documentos requeridos en orden y en los plazos previstos para obtener el pago correspondiente.

#### *IV.5.1.3 Notificada*

Es la carta de crédito que exige a los bancos distintos al emisor de todo compromiso de pago ante el beneficiario, ya que se limitan a "notificar" al beneficiario a los términos y las condiciones de la operación; el único banco que se compromete a pagar es el emisor y éste se encuentra en otro país.

El gran inconveniente de este tipo de carta de crédito es que el exportador no cuenta con la obligación absoluta e incondicional del banco "notificador"

#### *IV.5.1.4 Confirmada*

Esta carta de crédito proporciona al exportador (beneficiario) seguridad absoluta de pago.

La confirmación de un crédito irrevocable por otro banco (banco confirmador), mediante autorización o a petición del banco emisor, constituye un compromiso en firme por parte del banco confirmador, adicional al del banco emisor, siempre que los documentos requeridos se hayan presentado al banco confirmador o a cualquier otro banco designado conforme a los términos y condiciones del crédito.

#### *IV.5.1.5 Por su disponibilidad de pago*

Todos los créditos deben indicar claramente si se utilizan para pago a la vista, para pago diferido, aceptación o negociación (el artículo 10 de las UCP-500)

Un gran número de cartas de crédito se clasifican como "a la vista", lo cual significa el beneficiario obtendrá el pago correspondiente tan pronto como presente la documentación en orden y el banco pagador los haya revisado a su entera satisfacción.

Las cartas de crédito establecen un plazo de pago al vendedor; a este tipo de operaciones se les denomina carta de crédito de aceptación, y por lo general los plazos transcurren a partir de las fechas consignadas en los documentos de transporte.

Es común que establezca en una carta de crédito que el pago se efectuará en 30 días, contados a partir de la fecha de conocimiento de embarque.

#### *IV.5.1.6 Revolventes*

Generalmente, las cartas de crédito expiran cuando son utilizadas, es decir, una vez que el beneficiario obtiene el pago de las mismas o cuando termina su vigencia.

Pero, hay veces que compradores y vendedores requieren establecerías con relativa frecuencia, por las necesidades propias de sus negocios, por ejemplo cuando se trata de un mismo proveedor y por las mismas mercancías.

En este caso no es necesario que se tramite una carta de crédito por cada embarque, sino que se puedan utilizar las cartas de crédito revolventes en las que la vigencia de la operación puede reinstalarse en forma automática durante un lapso de tiempo determinado, condicionando esa reinstalación a periodos específicos y a un monto previamente determinado.

Por ejemplo se puede establecer una carta de crédito revolvente por la cantidad de USD 100 000 dólares estadounidenses mensuales hasta el 31 de junio de 1999. Cada mes, el banco pondrá a disposición del beneficiario la suma de 100 00 dólares hasta llegar a la fecha indicada.

El banco recibirá los documentos correspondientes a cada embarque y pagará su importe, siempre y cuando ese embarque no exceda 100 000 dólares. Esta modalidad de carta de crédito puede ser a su vez acumulativa o no acumulativa.

En las revolventes acumulativas, los importes no utilizables durante el período que indique el crédito( mensual) pasarán a ingresar al límite del crédito disponible durante el siguiente período.

El no utilizar el crédito en ese período no implica la pérdida de éste, sino la acumulación del período siguiente. Por ejemplo: si un exportador durante el primer período embarca mercancía por un valor de 80 000 dólares estadounidenses, en el siguiente período podrá disponer de 120 000 dólares.

Por el contrario, en las cartas de crédito revolventes no acumulativas, el importe señalado para un período no es acumulable al siguiente; si el beneficiario no dispone del importe asignado en ese período, perderá en ese momento su derecho a utilizarlo.

#### *II.5.1.7 Transferible*

El crédito documentario transferible es aquel que da derecho al beneficiario a transferirlo total o parcialmente a uno o más segundos beneficiarios. Normalmente el beneficiario del crédito es el vendedor de las mercancías; sin embargo, por convenio entre las partes el crédito puede estar en favor de una tercera parte.

Esta modalidad obedece en gran medida a las necesidades del tráfico mercantil

internacional, a la presencia de intermediarios que sirven de puente entre el comprador y el vendedor ( broker) y a las necesidades de financiamiento de las empresas.

Según las UCP-500, artículo 48.c, el banco transferente no está obligado a efectuar la transferencia, salvo dentro de los límites y en la forma expresamente consentida por dicho banco. La transferencia puede efectuarse una sola vez, por lo tanto un segundo beneficiario no puede asignar a su vez a un tercer beneficiario.

#### *II.5.1.8 Standby*

Son utilizadas para garantizar el pago a un acreedor, si su deudor incumple sus obligaciones contractuales; el único requisito para que el beneficiario pueda cobrarla es el que compruebe, normalmente con un documento certificado por un tercero, que su deudor no le pagó en su oportunidad.

Este tipo de carta de crédito puede ser también utilizada en otro tipo de operaciones, que no necesariamente se vinculan con el comercio internacional, como en la adquisición de bienes inmuebles, para el cumplimiento de obligaciones derivadas de licitaciones internacionales, para capital de trabajo, etc.

El exportador debe tomar en consideración los siguientes puntos:

- Nunca realice un embarque antes de recibir de su banco la confirmación de la carta de crédito.
- Asegurarse de que todos los datos consignados en el documento son los correctos.
- Verifique que todos los términos y condiciones coincidan con lo convenido con el cliente.
- Prepare todos los documentos tal y como se requieran en la carta de crédito.
- Ante cualquier duda, por pequeña que ésta sea, consulte a los especialistas en la materia.
- La forma más recomendada es la documentaria, irrevocable, confirmada y pagadera a la vista contra la entrega de los documentos respectivos, sobre todo cuando no exista mucha confianza con su cliente.

### III.3 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Se advirtió que Kenia es un socio comercial muy importante en el bloque económico de Africa según muestra el anexo número IV.1.4. Se observó también que esta nación ofrece un clima razonablemente adecuado en cuanto al comercio exterior y atracción de las *inversiones extranjeras directas* ( anexo IV.5).

A la luz de lo anterior, el nivel del intercambio comercial bilateral entre ambas naciones es muy bajo de acuerdo a la balanza comercial de 1998 que aparece en el anexo correspondiente. Además se dio cuenta de que entre 1985 y 1995 ( un plazo de 10 años), tanto las exportaciones de Kenia como de México no estaban creciendo de acuerdo al crecimiento mundial de las exportaciones. Asimismo, se destinaron un bajo porcentaje de exportaciones totales kenianos a los países latinoamericanos (anexo IV.6)

De hecho, se nota unas desviaciones muy marcadas en comparación a la tasa de crecimiento mundial de las exportaciones durante el mismo plazo de tiempo.

Esta realidad, justamente exige una mediada decisiva si las dos economías que intervienen en este intercambio comercial van a sacar provecho de las ventajas comparativas asociadas con cada país.

En conexión a este asunto sugiero las siguientes medidas para mejorar la relación comercial entre Kenia y México:

1. Que Kenia abra con un efecto inmediato una embajada que estudiará las necesidades y realidades prevalecientes en México con finalidad de satisfacer adecuadamente dichas necesidades y adaptarse a las realidades de este mercado.
2. Que Kenia establezca la cooperación con México en todos los campos de interés humano para sacar provecho de la fortaleza relativa de éste.
3. Que Kenia haga un esfuerzo deliberado para dominar el idioma español y que México haga lo mismo en cuanto al dominio de inglés y swahili para alcanzar la comunicación necesaria para llevar a cabo las negociaciones comerciales y las demás relaciones bilaterales de interés mutuo

Cabe mencionar que el Colegio de México ha difundido la lengua swahili a muchos ciudadanos mexicanos a través de su programa académico de Los Estudios de Asia y Africa y las demás, especialmente nuestra máxima casa de estudios, UNAM, deberían seguir el mismo camino para cubrir la brecha psicológica actualmente existente entre

los dos países.

El paso lento en torno al comercio entre ambos países es debido principalmente a la brecha psicológica que se demuestra por falta de dominio de español por parte de Kenia y falta de conocimiento sobre México como un mercado *potencial importante*.

4. Que tanto Kenia como México capacite a sus empresarios a tal grado que éstos estarán conscientes de la gravedad de la competencia tanto nacional como internacional como para ver la necesidad de ampliar y fortalecer la relación comercial actual para el beneficio de ambas economías.
5. Se observa que en actualidad sólo existe cooperación entre Kenia y México a nivel diplomático y esta cooperación debe llevarse a nivel comercial.
6. Se advierte también ambas naciones se beneficiarán haciendo intercambio comercial internacional tomando en cuenta que el bienestar de los gobiernos mejorará produciendo bienes en los cuales cada nación tenga una *ventaja absoluta* o comparativa y aún tomando en cuenta la etapa del ciclo de vida con miras a alargar éste en el extranjero.

Se nota que Kenia tiene una ventaja comparativa en la conservación del medio ambiente y México tiene una larga historia de filmación de las películas y este último beneficiará filmando películas siguiendo los pasos de los países desarrollados que ya han hecho esto en Kenia.

En su vez Kenia se beneficiará de los ingresos provenientes de fuentes turísticas dirigidos a esta área.



## NOTAS A PIE

**\*[http:// www.cia.gov/publications/ factbook/ke.html](http://www.cia.gov/publications/factbook/ke.html)**

<sup>b</sup> *La información proviene del IPADE ( Instituto Panamericano de la Alta Dirección de Empresa, Ed. EDAC, S.A de C.V. Cairo No. 2902080. México, D.F. Véase también a los anexos 1, 2 y 3 en las páginas correspondientes al final de este estudio.*

<sup>1</sup> Guía Básica Al Exportador 5a Ed; Bancomext: México, 1997.

<sup>2</sup> *idem.*

<sup>3</sup> S. Tamer Cavusgil, " Preparing for Export Marketing,"en International Trade Forum 2 (1993), 16-30.

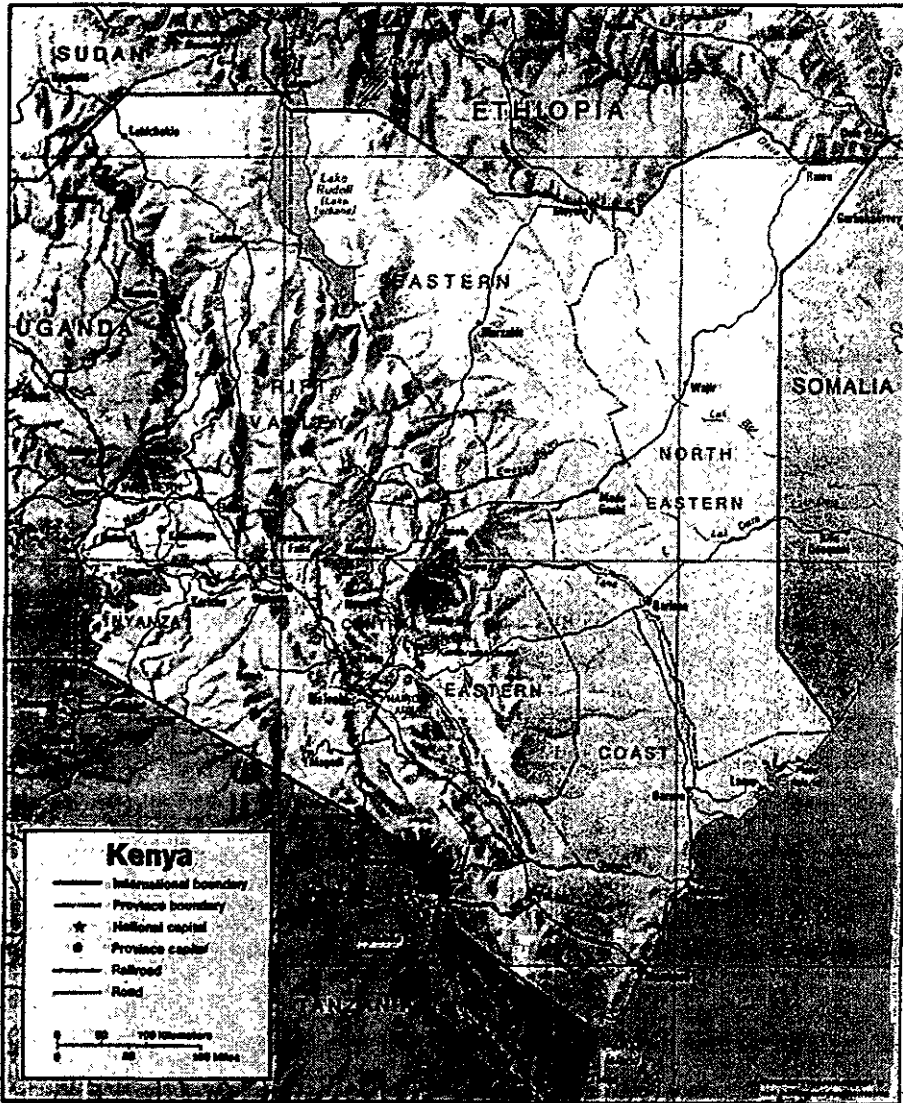
<sup>4</sup> *Op.cit.* Czinkota, pág. 233

<sup>5</sup> Rugman Alan M; *Negocios Internacionales*: pág.189

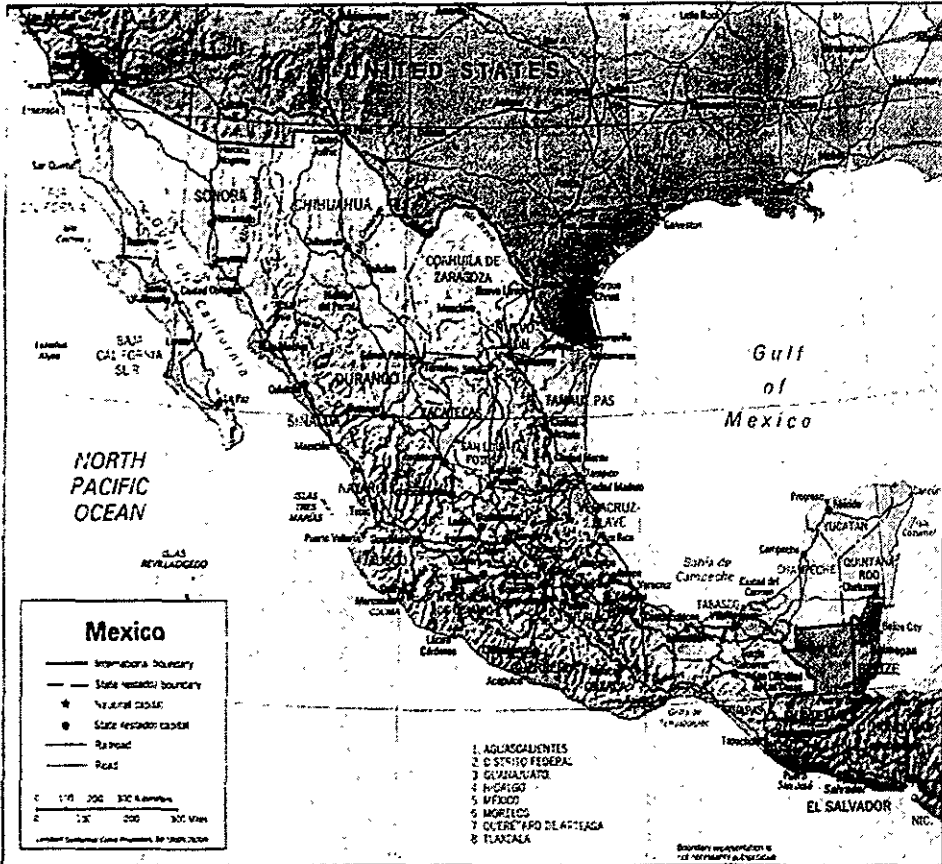
## BIBLIOGRAFÍA

1. Rugman M. Alan; Hodgetts M. Richard. Negocios Internacionales. Un enfoque de administración estratégica. Interamericana, McGraw Hill, México: 1997.
2. Porter, Michael E. Estrategia Competitiva. Técnicas para el análisis de los sectores industriales y de la competencia; tr.por Vasseir Walls Alfonso. Cecsca, México: 1983.
3. Czinkota, Michael R. Marketing Internacional. McGraw Hill, México: 1996.
4. Hughes George David. Mercadotecnia. Planeación estratégica( vers. español de Herrera Villernizar Jesus, con la colab. de Marcela y Hernandez Mercado Salvador, Argentina); México: addison Westey Iberoamericana, 1986.
5. Ramírez Mendez Ignacio. El Protocolo de investigación. Trillas, México, 1997.
6. Bancomext. Guía Básica al Exportador. 5a edición; México: 1997.
7. Schroeder G. Roger. Administración de Operaciones. Toma de decisiones en la función de operaciones. McGraw Hill, México: 1998.
8. Internet: <http://edcsnw4.cr.usgs.gov/adds/c1/rz/ke/doc/maps/ke/.gif>
9. Internet: [http://www.lib.utexas.edu/libs/PCL/map\\_collection/americas/México\\_re/97.ip](http://www.lib.utexas.edu/libs/PCL/map_collection/americas/México_re/97.ip)
10. Hernández Sampieri R. et. al. Metodología de La investigación. McGraw Hill, Mexico: 1998.
11. Trade and Development Report, United Naciones, New York and Geneva: 1998.
12. World Investment Report 1999, United Nations.New York and Geneva: 1999

IV.1 El mapa de Kenya



## IV.2 El mapa de México



IV.3 Banco Nacional de Comercio Exterior, S.N.C.  
Balanza Comercial de 1998 – KENYA (REPÚBLICA DE)  
Valores en US Dls. Al 30/06/98

FRACCIÓN	EXPTO 1998	IMPTO 1998	SALDO
1508.00.99 Código no identificado		4 868	-4 868
1301.90.99 Código no identificado		17 000	-17 000
1302.19.99 Los demás jugos y extractos vegetales		8 314	-8 314
1701.11.02 Código no identificado	1 874 530		1 874 530
1704.10 Chicles y demás gomas de masticar, incluso recubie	42 484		42 484
1704.90 Los demás.	1 277		1 277
1529.22.01 Código no identificado		1 178 349	-1178349
1830.10 Sulfuros de sodio	22 107		22 107
1820.69 De los demás políesteres	18		18
1926.90.99 Código no identificado		608	-608
1104.22.01 Código no identificado		105 420	-105 420
1420.10.01 Código no identificado		4 404	-4 404
1420.90.99 Código no identificado		2 346	-2 346
1823.90 Los demás.	1		1
1911.10 Impresos publicatorios, catálogos comerciales y	3		3
1503.30 Acrílicas o modacrílicas	358 748		358 748
1703.30 De las demás materias textiles sintéticas o demás	172 957		172 957
1105.20 De fibras sintéticas o artificiales	24		24
1203.11 De lana o pelo fino	18 894		18 894
1302.51.01 Código no identificado		162	-162
1506.91 De caucho o plástico	37		37
1815.99.99 Código no identificado		143	-143
1117.90.99 Código no identificado		749	-749
1419.99.99 Las demás		675	-675
1306.80 Código no identificado		197	-197
1506.80 Las demás	19 896		19 896
1401.69.99 Código no identificado		181	-181
1403.20 Los demás muebles de metal	15		15
1405.50.99 Código no identificado		180	-180
1601.90.99 Código no identificado		803	-803
1608.10 Bolígrafos	21		21
1701.90.99 Código no identificado		277	-277
1802.00 Menaje de casa	10 350		10 350
1804.00.01 Código no identificado		5 000	5 000
1901.00.01 Código no identificado		796	796
1901.00.02 Código no identificado		100	100
TOTAL	2 521 362	1 330 572	1 190790

IV.4 Exportaciones definitivas de México al bloque económico AFRICA

Banco Nacional de Comercio Exterior, S.N.C.

Exportaciones Definitivas de México del Bloque Económico AFRICA

Fecha 16/04/99

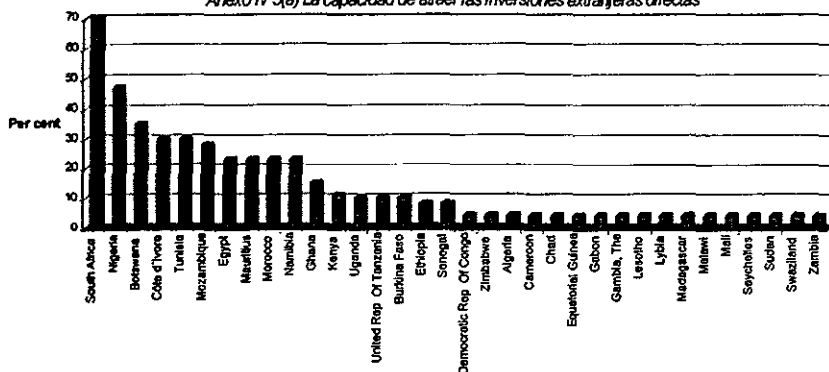
Valor en US Dlls. Al 31/12/98

Pais	1995	1996	1997	1998
ANGOLA( REPUBLICA POPULAR DE)	22352	499305	217398	212972
ARGELIA(REPUE.LICA DEMOCRATICA)	3845161	5000179	21796	62482
BENIN(REPÚBLICA POPULAR DE)	10819	276762	76321	1194
BOTSWANA(REPÚBLICA DE)	15598		150	331
BURKINA FASO				5
BURUNDI( REPÚBLICA DE)	1131	12500		4500
CABO VERDE (REPÚBLICA DE)	253845	25127	104557	202302
CAMERUN REPÚBLICA DEL)	11697	118596	97549	178297
CHAD( REPÚBLICA DEL)	223857	70714	152939	72823
COMORAS, ISLAS		17028	4936	512
CONGO(REPÚBLICA DEL)			12783	158115
COTE DEVOIRE(REP DE LA COSTA DE)	293107	243629	121053	82969
DJIBOUTI REPÚBLICA DE)				
EGIPTO(REPÚBLICA ARABE DE)	2120435	8043546	3729340	2233230
ERITREA				
ETIOPIA(REPÚBLICA DEMOC.)	131875	200423	133499	4316
GABONESA( REPÚBLICA DE)			1586	46605
GAMBIA(REPÚBLICA DE)	17478	65000		
GHANA(REPÚBLICA DE)	236940	149856	456429	412236
GUINEA(REPÚBLICA DE)		25879	20696	181502
GUINEA BISSAU(REPÚBLICA DE)				
KENYA(REPÚBLICA DE)	61048	117958	71095	1981475
LESOTHO( REINO DE)				
LIBERIA(REPÚBLICA DE)	1655037	15529252	3280386	431440
MADAGASCAR(REP. DEMOCRATICA)			4873	
MALAWI(REPÚBLICA DE)	13926			100
MALI(REPÚBLICA DE)				
MAURITANIA(REPÚBLICA ISLAMICA)		839999	11180	14623
MOZAMBIQUE(REPÚBLICA POPULAR)			720	360
NAMIBIA(REPÚBLICA DE)	1000	2865	1059	57637
NIGER(REPÚBLICA FEDERAL DE)			3600	
NIGERIA( REPÚBLICA FEDERAL DE)	763900	256367	772069	487578
REPÚBLICA AFRICANA CENTRAL	354	7813	101653	10427
REPÚBLICA RWANDESA	3639			
SANTO TOME Y PRINCIPE	6279		74183	49424
SENEGAL (REPÚBLICA DEL)	53349	45	44215	15289
SEYCHELLES				

SIERRA LEONA(REPÚBLICA DE)	20096	1124		
SOMALIA(REPÚBLICA)			25629	
SUDAFRICA(REPÚBLICA DE)	4503547	7161771	81268575	59195399
SUDAN(REPÚBLICA DEMOCRÁTICA)		1758013	1503633	1044388
SWAZILANDIA(REINO DE)				
TANZANIA (REPUBLICA UNIDA DE)	2000	1877	2573125	1891145
TOGO			59024	6013
TUNEZ(REPÚBLICA DE)	3043710	8251256	1228873	496049
UGANDA(REPÚBLICA DE)	600	100	102166	970
ZAIRE(REPÚBLICA DE)		10000		93996
ZAMBIA(REPÚBLICA DE)		100	10650	16484
ZIMBABWE (REPÚBLICA DE)		23006	16889	47255
<b>Países:49</b>	<b>17312780</b>	<b>48710090</b>	<b>96304629</b>	<b>69695133</b>

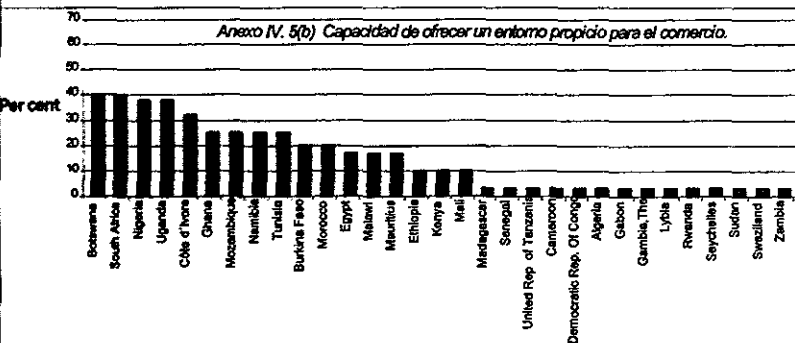
#### IV.5a La capacidad de atraer las inversiones extranjeras directas

Anexo IV 5(a) La capacidad de atraer las inversiones extranjeras directas



#### IV.5b Capacidad de ofrecer un entorno propicio para el comercio exterior

Anexo IV. 5(b) Capacidad de ofrecer un entorno propicio para el comercio.



*Anexo IV.6 Destino de exportaciones de algunos países africanos  
1988 y 1996  
(en millones de dólares y porcentajes)*

Exports from	Year	Total Exports (\$ million)	Industrial Countries	Developing countries	Africa	Developing Asia	Middle East	Latin Ameri
Africa	1988	64 300	67.6	16.2	6.2	4.5	1.4	1.6
	1996	110 900	64.7	26.0	10.1	9.1	1.9	2.8
Cameroon	1988	1 582	85.0	13.9	11.4	0.6	0.1	0.4
	1996	2 222	83.9	16.1	9.2	5.7	0.2	0.1
Côte d' Ivoire	1988	2 780	65.3	31.0	21.7	3.2	-	0.4
	1996	4 996	65.4	33.8	23.3	3.5	0.5	2.2
Gabon	1988	1 207	78.9	20.6	5.0	3.4	1.5	9.2
	1996	2 850	85.4	14.2	2.9	2.9	0.3	3.3
Ghana	1988	874	79.5	15.9	2.0	3.2	1.0	3.3
	1996	1 704	68.2	26.6	15.8	7.3	0.7	0.1
Kenya	1988	1 073	60.0	34.8	24.6	6.1	3.5	0.1
	1996	2 203	46.3	48.3	32.1	9.0	6.5	0.1
Malawi	1988	280	77.9	19.2	18.0	--	--	--
	1996	494	55.0	38.0	23.6	4.3	2.2	1.0
Mauritius	1988	1 001	93.9	6.0	3.5	2.0	0.5	--
	1996	1 573	87.7	9.8	6.7	2.5	--	0.1
Nigeria	1988	6 884	88.1	11.5	6.5	0.5	0.1	4.2
	1996	14 836	79.9	20.1	8.5	7.5	--	3.7
Senegal	1988	591	59.1	34.1	18.7	14.4	0.1	0.1
	1996	806	43.3	46.8	22.1	20.2	2.3	2.0
Uganda	1988	323	89.5	9.6	0.5	6.7	11.5	--
	1996	559	82.1	17.9	2.4	2.8	1.9	0.1
Zambia	1988	871	72.0	28.0	6.2	15.2	5.5	--
	1996	1 000	41.3	58.7	13.9	33.8	9.8	--
Zimbabwe	1988	1 396	58.8	40.6	29.9	5.8	1.7	0.6
	1996	2 343	46.9	53.0	38.4	8.1	2.4	0.4
South Africa	1988	21 830	42.8	12.0	4.4	5.2	0.7	0.7
	1996	35 682	43.3	30.5	12.5	12.9	1.7	2.2
Egypt	1988	2 120	50.4	44.9	3.5	8.2	15.6	0.3
	1996	5 239	51.9	46.3	2.0	6.6	15.9	--
Morocco	1988	3 464	70.2	29.4	2.5	11.9	7.0	2.2
	1996	6 973	81.2	18.8	3.0	7.3	--	2.2
Tunisia	1988	2 393	76.8	20.3	4.0	6.7	4.9	0.3
	1996	5 519	82.4	14.4	3.1	3.3	5.7	0.6



*IV.7 Exportaciones de Kenia, México y el Mundo durante el período 1985 a 1995.*

Pais o zona	1985	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995
Mundo	1943169	2491988	2826645	3022582	3426665	3419894	3660807	3649024	4166996	4925668
México	22112	20887	20765	23048	27131	27318	27704	30241	34530	48430
Kenia	958	961	1071	970	1031	1107	1362	1380	1565	1890

*IV.8 Las tasas de crecimiento de las exportaciones de Kenia, México y el Mundo*

	México	Kenia
Tasa de crecimiento anual mundial de las exportaciones	9.74	9.74
Tasa de crecimiento nacional anual de las exportaciones	8.16	7.03
Desviaciones de las tasas nacionales de la mundial	-1.58	-2.71

*IV.9 Lista de las exportaciones kenianas de hasta junio de 1998 y sus fracciones arancelarias correspondientes*

Fracción	Producto	Importe en \$ de EUA
05080099	Código no identificado	4868
13019099	Código no identificado	17 000
13021999	Los demás jugos y extractos vegetales	8314
170490	Código no identificado	1178349
39269099	Código no identificado	608
41042201	Código no identificado	105420
44209099	Código no identificado	4404
44209099	Código no identificado	2346
63025101	Código no identificado	162
68159999	Código no identificado	143
71179099	Código no identificado	749
74199999	Las demás	675
83062999	Código no identificado	197
94016999	Código no identificado	181
94055099	Código no identificado	180
96019099	Código no identificado	803
97019099	Código no identificado	277
98040001	Código no identificado	5 000
99010001	Código no identificado	796
99010002	Código no identificado	100
Junio de 1998	Exportaciones totales kenianas a México	\$1 330 572

IV.10 Los nombres de los productos kenianos exportados a México en 1998.

Fracción	Producto	Proporción
25292201	Leucita, Nefelina y Feldespato; Nefelina sienta; espato fluor	0.885
41042201	Cueros de bovino húmedo ("wet blue")	0.079
13019099	Gomas naturales	0.012
13021999	Jugos y extractos vegetales	0.006
98040001	Menajes de casa	0.0037
05080099	Coral y materiales similares	0.0036
44201001	Estatuillas y demás objetos de adorno	0.0033
44209099	Marquetería y taracería de madera	0.0017
96019099	Marfil, hueso, concha, coral, etc.	0.0006
99010001	Código no identificado	0.00059
71179099	Bisutería del metal común	0.00056
74199999	Las demás	0.00050
39269099	Materias de partida, manufacturas de plástico	0.00045
97019099	Código no identificado	0.00021
83062999	Estatuillas y los demás artículos de adorno	0.00014
94016999	Asientos salvo de la partida 9402	0.00014
94055099	Aparatos de alumbrados, no eléctricos	0.00014
63025101	Algodón y artículos textiles	0.00012
68159999	Manufacturas de piedra o materiales minerales	0.0001
99010002	Código no identificado	0.00007

IV.11 Los tiempos requeridos para alcanzar las cantidades promedio proyectadas

LOS TIEMPOS REQUERIDOS PARA ALCANZAR LAS CANTIDADES PROMEDIO			
FRACCIÓN	TOTAL DE 10 AÑOS	PROMEDIO	PLAZO(AÑOS)
A	84232.8	8423.28	5.1
B	294157.9	29415.79	5.1
C	143860.4	14386.04	5.1
D	20389485	2038948.5	5.1
E	10520.4	1052.04	5.1
F	1824128	182412.8	5.1
G	76204.3	7620.43	5.1
H	40593.7	4059.37	5.1
I	28031	2803.1	5.1
J	2474.3	247.43	5.1
K	12960	1296	5.1
L	11679.9	1167.99	5.1
M	3408.8	340.88	5.1
N	3114.7	311.47	5.1
O	3132	313.2	5.1
P	13894.8	1389.48	5.1
Q	4793.2	479.32	5.1
R	86517.2	8651.72	5.1
S	13772.95	1377.295	5.1
T	1730	173	5.1
TOTAL	23023464	2302346.4	5.1