

879330



UNIVERSIDAD LASALLISTA
BENAVENTE



5

ESCUELA DE RELACIONES INTERNACIONALES
UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO
CLAVE : 8793-30

MODELO COMPARATIVO DE
MECANISMOS DE APOYO EN
COMERCIO INTERNACIONAL ENTRE
ESTADOS UNIDOS, CANADA Y MEXICO

TE S I S

QUE PARA OBTENER EL TITULO DE:
LICENCIADO EN RELACIONES
INTERNACIONALES

P R E S E N T A :

Alejandra Guerrero Quintana

ASESOR :

LIC. RAMON TOVAR CERRITOS

MEXICO, D.F., AGOSTO 2000.

285654



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

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

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

AGRADECIMIENTOS

A Dios, por darme la oportunidad de estudiar y culminar mi carrera universitaria.

A mis Padres, por su amor y apoyo incondicional en todo momento.

A mi hermana Erika por su cariño y ayuda siempre que la he necesitado.

A mi Esposo, por su amor.

A mi Asesor , Lic. Ramón Tovar Cerritos por su paciencia y dedicación .

A la Licenciada Graciela Jiménez y la Sra. Laura de la Garna, por su ayuda y su apoyo en la realización de esta tesis.

MODELO COMPARATIVO DE MECANISMOS DE APOYO EN COMERCIO
INTERNACIONAL ENTRE ESTADOS UNIDOS, CANADA Y MEXICO

INTRODUCCIÓN

CAPITULO I POLITICA COMERCIAL E INDUSTRIAL DE MÉXICO

1.1 POLITICA INDUSTRIAL EN MEXICO	(1946-1985)	1
1.2 POLITICA INDUSTRIAL EN MEXICO	(1986-1997)	11
1.3 POLITICA INDUSTRIAL ACTUAL "MODELO DE SUSTITUCIÓN DE IMPORTACIONES CON CADENAS PRODUCTIVAS		19

CAPITULO II MARCO TEORICO

2.1 TEORIA DEL COMERCIO INTERNACIONAL.	24
2.2 TEORIA DE LA GLOBALIZACION.	28
2.3 TEORIA DE LA EMPRESA EN MEXICO.	31

CAPITULO III MECANISMOS DE APOYO AL COMERCIO INTERNACIONAL
EN ESTADOS UNIDOS.

3.1 ANTECEDENTES DE LA POLITICA INDUSTRIAL EN ESTADOS UNIDOS	40
3.2 POLITICA INDUSTRIAL DE ESTADOS UNIDOS ANTE EL TRATADO DE LIBRE COMERCIO DE AMERICA DEL NORTE.	41
3.3 ORGANISMOS DE APOYO AL COMERCIO INTERNACIONAL DE ESTADOS UNIDOS.	43
3.3.1 ESTRUCTURA DEL DEPARTAMENTO DE COMERCIO.	54

CAPITULO IV MECANISMOS DE APOYO AL COMERCIO

INTERNACIONAL EN CANADA

4.1 ANTECEDENTES DE LA POLITICA INDUSTRIAL EN CANADA	55
4.2 POLITICA INDUSTRIAL DE CANADA ANTE EL TLCAN.	57
4.3 ORGANISMOS DE APOYO AL COMERCIO EXTERIOR.	60

CAPITULO V MECANISMOS DE APOYO AL COMERCIO

INTERNACIONAL EN MEXICO

5.1 ORGANISMOS DE APOYO AL COMERCIO INTERNACIONAL.	69
5.2 PROGRAMAS DE FOMENTO AL COMERCIO EXTERIOR.	83
5.3 ESTRUCTURA DE LA SECRETARIA DE COMERCIO Y FOMENTO INDUSTRIAL	92

CAPITULO VI MODELO COMPARATIVO

6.1 MODELO COMPARATIVO DE MECANISMOS DE APOYO AL COMERCIO EXTERIOR ENTRE MEXICO, CANADA Y ESTADOS UNIDOS.	94
--	----

CONCLUSIONES

BIBLIOGRAFIA

INTRODUCCIÓN

México ha seguido dos modelos de desarrollo económico en su intento por acelerar el crecimiento económico; el primero de ellos, dirigido hacia el mercado interno y el segundo a partir de la década de los ochenta, tendiente a una estrategia de desarrollo con base en los mercados externos.

A lo largo de este capítulo se analiza las diferentes etapas por las que ha transitado la política industrial del país así como en particular la política de comercio exterior, a fin de señalar los problemas que ha ocasionado la instrumentación del nuevo modelo con base en la apertura de la economía mexicana a la planta productiva nacional, sin contar con una planeación adecuada.

Es de vital importancia que el Gobierno Federal junto con los gobiernos estatales y municipales ayuden a consolidar los productos mexicanos en el exterior a través de la promoción de exportaciones y un programa de financiamiento adecuado a las necesidades y al alcance de las micro, pequeñas y medianas empresas.

Se requiere destinar más recursos a la promoción de las exportaciones y abrir centros de orientación al exportador en las distintas partes de nuestro país para canalizar a los exportadores con las distintas dependencias dedicadas a este fin.

CAPITULO I: En este capítulo se pretende proporcionar una visión general del proceso de industrialización, a través de los sexenios así como el surgimiento del comercio exterior.

CAPITULO II: Se presenta el marco teórico de la presente tesis.

CAPITULO III: Este capítulo proporciona un panorama del Comercio Exterior en Estados Unidos, así como los organismos de apoyo a este rubro.

CAPITULO IV: En este capítulo se da a conocer los antecedentes del Comercio Exterior en Canadá así como los Programas de Fomento a la Exportación.

CAPITULO V: Se presenta los Organismos y Programas de Fomento al Comercio Exterior en México.

CAPITULO VI: Finalmente, se proporciona un Modelo Comparativo de la Balanza Comercial de Estados Unidos, Canadá y México de 1994-2000.

CARÁCTER DE LA INVESTIGACIÓN :

La investigación consta de :

1) Monografía; 2) Estadísticas; 3) Referencia, principalmente al Tratado de Libre Comercio de América del Norte.

ETAPA No. 1.- PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

JUSTIFICACIÓN

Las causas que han motivado a la presente investigación, son diversas y su origen en la experiencia a lo largo de mi carrera profesional y la relación existente con el comercio internacional.

La inquietud por saber de que manera los gobiernos del primer mundo como CANADA Y ESTADOS UNIDOS han apoyado a sus industrias nacionales de tal manera que han elevado su nivel de vida y han aprovechado su ventaja comparativa frente a otros países, esto con el fin de implementar estrategias que coadyuven al desarrollo del sector exportador y lograr que tanto el gobierno estatal como el federal ayuden a los sectores que tengan potencial exportador.

También es necesario analizar los problemas con relación a la importación excesiva de productos que ponen en peligro a la industria nacional, como ha sido el caso de los granos.

FORMULACION DEL PROBLEMA

Según maneja Kerkinger la mejor manera de plantear un problema, es elaborando preguntas de tipo general, de tal manera que éstas dan origen a interrogantes más específicas. Por lo tanto se plantean las siguientes preguntas:

¿Qué es el Comercio Exterior y por que surge?

El comercio exterior es el conjunto de movimientos comerciales y financieros, y en general de todas aquellas operaciones cualquiera que sea su naturaleza, que se realicen entre naciones. Este surge de la necesidad de los países de dar salida a sus excedentes de producción ya que la demanda en el exterior es mayor que el mercado interno.

¿Cuáles son sus bases y fundamentos?

La teoría clásica del comercio internacional y el desarrollo económico.

¿Que es un apoyo financiero?

Es un instrumento para fomentar las exportaciones es ofrecido por el Gobierno Federal a través del Banco Nacional de Comercio Exterior o de Nacional Financiera.

¿Cuándo se comete un dumping?

Se comete cuando la venta de un producto en moneda extranjera a precios más bajos de aquellos a que el mismo producto se vende para el consumo doméstico en el país que lo produce.

¿Qué repercusiones tiene un dumping en el mercado nacional?

Tiene repercusiones muy graves ya que los consumidores preferirán el producto importado por su precio mas bajo que el nacional y habrá una disminución muy alta de la demanda del producto.

¿Que perspectivas tiene el Tratado de Libre Comercio ante la desigualdad de incentivos otorgados a los países?

Por medio de incentivos otorgados por los Gobiernos Federales se logra disminuir el costo del producto. Y para lograr penetrar en un mercado de manera competitiva es necesario un precio atractivo. Ello indica que debe de regularse los incentivos de manera igualitaria en los 3 países.

ETAPA No. 2 .- EL MARCO GENERAL DE REFERENCIA

RELACIONES INTERSECTORIALES

Lo que en definitiva se propone analizar en este estudio, es una comparación de México con los países de Norteamérica en cuanto a los apoyos financieros existentes por parte del gobierno federal así como estatal desde principios de siglo para poder identificar las estrategias utilizadas por estos gobiernos y de este modo saber, lo que México necesita implementar en sus Programas Federales de Gobierno (KNOW HOW)

Hoy en día resulta muy común en los países como México percibir la preocupación de la mayoría de la población por lograr un nivel de vida más elevado de preparación que le permita obtener un sueldo mejor remunerado.

En los últimos decenios se ha visto una preferencia de las industrias a absorber mano de obra especializada proveniente de áreas específicas.

Las rápidas transformaciones experimentadas por todos los países del mundo desde la década pasada han obligado a los gobiernos a la búsqueda de soluciones para dar apoyo a sus respectivas industrias nacionales de exportación. Para llevar a cabo este tipo de incentivo es de vital importancia la vinculación gobierno-industria.

El tema no es en modo alguno una novedad; no obstante, las condiciones imperantes se definen en función de las necesidades del mercado y, lo que es más del exterior.

Como es sabido los productos de mayor calidad y de un precio competitivo son los que mayor éxito tienen a nivel mundial.

Otro beneficio que el Comercio Internacional aporta a la sociedad es la creación de fuentes de empleo lo cual ayuda a elevar el nivel de vida y bienestar a la población.

LA TEORIA CENTRO PERIFERICA Y LA INDUSTRIALIZACION

Con la entrada en vigor del Tratado de Libre Comercio entre México, Estados Unidos y Canadá y teniendo en cuenta que los dos últimos son países desarrollados y que México es un país subdesarrollado y que indudablemente la industria tuvo un papel importante en ese desarrollo; en esta tesis se visualizara que tipos de apoyos han tenido los vecinos países del norte haciendo un modelo comparativo con México desde a principio de siglo así como la problemática derivada y las posibles soluciones encontradas.

ETAPA No. 3 LA HIPOTESIS DE LA INVESTIGACION

INTRODUCCION

La hipótesis que se presenta es una respuesta tentativa en primera instancia al problema que surge de la desigualdad de las economías ante la apertura del tratado comercial y las desventajas que esto representa para México.

Los incentivos de comercio exterior surgen de la necesidad de lograr un nivel de desarrollo y un nivel productivo más alto.

Pero se ha visto que cuando se inyecta más capital a un sector se descuidan otros importantes. Debe de haber un equilibrio ya que también el sector agrícola es una base importante de la economía mexicana.

El reciente Programa de Política Industrial y Comercio Exterior consagra explícitamente la integración de cadenas productivas y la cooperación interempresarial como instrumentos indispensables de crecimiento.

En los objetivos prioritarios se postulan:

Fomentar el desarrollo de agrupamientos industriales regionales.

Fortalecer y ampliar la infraestructura de información industrial

Será esto suficiente para lograr un crecimiento sostenido y una competitividad equiparable a Estados Unidos y a Canadá?

Para que se logre este objetivo es necesario que el gobierno implemente programas de fomento no solo al sector industrial sino a otros sectores de la planta productiva nacional para que el desarrollo y el crecimiento sea más equilibrado.

JUSTIFICACIÓN

La hipótesis que se presenta relaciona dos variables, las cuales son:

Los programas de fomento e incentivos al comercio exterior surgen de la necesidad de mejorar el crecimiento económico e impulsar a las industrias a la competitividad con el exterior.

Se requiere lograr un crecimiento sostenido de la economía y se logre una apertura comercial más recíproca dentro del TLCAN eliminando así las barreras al comercio.

ELEMENTOS ESTRUCTURALES DE LA HIPOTESIS

UNIDADES DE ANALISIS

Comprende a los sistemas de apoyo, su importancia por contribuir a la competitividad así como a la desigualdad económica con los Estados Unidos y Canadá en el

TLCAN. La responsabilidad del Gobierno de México así como de las Instituciones encargadas del comercio por crear nuevos instrumentos que apoyen y protejan a los exportadores mexicanos dentro y fuera del territorio nacional.

VARIABLES

INDEPENDIENTE: Los apoyos financieros surgen en México ante la apertura comercial y la firma del Tratado para ser competitivos en el exterior.

DEPENDIENTE: Hay muchos factores en el entorno nacional para que se logre un crecimiento. Antes que nada se necesita concretar la paridad del peso frente al dólar, estabilidad política y social para captar inversiones extranjeras y controlar la inflación.

ELEMENTOS LOGICOS

Si se logran generar empleos mediante el comercio exterior y se llega a un crecimiento sostenido de la economía, por medio de los incentivos otorgados a las industrias nacionales esto será una manera de salir de las crisis recurrentes que han afectado a nuestro país a través de los años. La investigación que se lleva cabo tiene sus bases en este tipo de documentación antes mencionada.

CAPITULO I

POLITICA COMERCIAL E INDUSTRIAL DE MÉXICO

1.1 POLITICA INDUSTRIAL EN MEXICO EN (1946-1985)

LIC. MIGUEL ALEMAN VALDES (1946-1952) (1)(2)

- * Se buscaría el crecimiento económico acelerado, y fomentaría la creación de nuevas empresas a través de una política proteccionista arancelaria.

En su programa de política industrial se evitaría la inflación para no caer en la deflación.

- * Se mantendría el tipo de cambio del peso.
- * Crece la demanda de importaciones.
- * Aumenta la inversión extranjera, sobre todo la que se dirige a la industria.
- * El estado se convierte en rector de la economía con control de las industrias básicas para así impulsar la actividad económica general.
- * El peso se devalúa a 8.65 por dólar en 1948
- * Se impulsa la acumulación de capital, ya que se piensa que dando facilidades al sector privado se logrará el desarrollo del país.
- * En 1946, se promulga la Ley de Fomento de Industrias de la Transformación.
- * La política impositiva favorece a la industria nacional mediante la rebaja y la exención de impuestos.
- * Se aumentan los aranceles a la importación y se incrementan los subsidios.
- * Se promueve el otorgamiento de crédito público a la industria y se eliminan las restricciones del crédito privado.

(1) MENDEZ M.J. SILVESTRE, "PROBLEMAS ECONOMICOS DE MEXICO" TERCERA EDICION MC GRAW HILL, MEXICO 1996, P.141.

2) VILLEGAS MALDONADO MAURICIO "MEXICO Y SU HISTORIA"

ADOLFO RUIZ CORTINEZ (1952- 1958) ^{(1) (2)}

- * Se impulsa fuertemente la acumulación privada de capital: la inversión pública en fomento industrial es del 38% del total.
- * Se facilita la entrada de inversión extranjera.
- * Para impulsar a la industria y a la economía en su conjunto el estado incrementa el gasto público y recurre en forma abundante al endeudamiento externo.
- * Fin de la bonanza de exportación de los productos nacionales.⁽³⁾
- * Se aísla el mercado interno de la competencia externa, aumentándose los impuestos a los artículos de importación. (3)
- * Se refuerza la postura de que el camino del país es la industrialización.
- * Se devalúa el dólar a 12.50 por la fuga de capitales.
- * No hay interés gubernamental en poner freno al crecimiento del capital extranjero argumentando que era necesario para acelerar el desarrollo económico del país.
- * Las inversiones extranjeras directas e indirectas contribuyen a contrarrestar los efectos que el estancamiento de las exportaciones había provocado en la economía mexicana. (3)

(1) MENDEZ M.J. SILVESTRE, "PROBLEMAS ECONOMICOS DE MEXICO" TERCERA EDICION MC GRAW HILL, MEXICO 1976, P.141.

2) VILLEGAS MALDONADO MAURICIO "MEXICO Y SU HISTORIA"

(3) MERCADO SALVADOR, COMERCIO INTERNACIONAL III. EDIT.LIMUSA, SEGUNDA EDICION. MEXICO, D.F. 1995

- El gobierno otorga mayores créditos a Nafinsa y al Fondo de Garantía para el fomento de la pequeña y mediana industria.

- Gestación de la Política del Desarrollo Estabilizador:

- A) Mantener la estabilidad de precios.

- B) Poner fin al financiamiento del déficit a través de la emisión de moneda por el Banco de México.

- C) Evitar el alza de precios de los bienes y servicios proporcionados por las empresas paraestatales que empezaron a operar de manera deficitaria;

- D) Favorecer la acumulación de capitales y la reinversión de utilidades mediante una política de alicientes y exenciones fiscales a la iniciativa privada.

LIC. ADOLFO LOPEZ MATEOS (1958-1964) ^{(1) (2)}

- * Mantener el valor externo del peso.
- * Procurar el equilibrio comercial.
- * Se sigue una política conocida como desarrollo estabilizador, que tiene por objeto la estabilidad de precios y la del peso en relación con el dólar, para fomentar el crecimiento de la economía.
- * Se impulsa fuertemente la producción de bienes intermedios y se empieza a fomentar la producción de bienes de capital.
- * Se estimula la inversión privada a través de mayores incentivos fiscales.
- * Durante este sexenio se fomenta el crecimiento económico a través del gasto público y se procura que las finanzas públicas sean manejadas en forma equilibrada para coadyuvar a la estabilidad financiera del país.
- * De acuerdo con el modelo de Desarrollo Estabilizador y con recursos del exterior por 1600 millones de dólares se logrará fortalecer las bases agropecuarias del país, así como la estructura industrial.
- * Mediante el proceso de sustitución de importaciones previsible en la mayoría de las ramas agropecuarias e industriales del país, el estímulo de la producción para exportación,

(1) MENDEZ M.J. SILVESTRE. "PROBLEMAS ECONOMICOS DE MEXICO" TERCERA EDICION MC GRAW HILL, MEXICO 1996, P.141.

2) VILLEGAS MALDONADO MAURICIO "MEXICO Y SU HISTORIA"

inclusive de productos manufacturados a la Zona Latinoamericana de Libre Comercio, se podrá lograr también el objetivo de mantener en equilibrio la balanza de pagos.

- * Fortalecer el trabajo industrial.
- * Equilibrar la industria, la agricultura y el comercio.
- * Crear consejos de Planeación Económica entre Federación, los estados y los municipios.
- * Desequilibrio de la balanza de pagos por lo que se hace necesario redefinir la política económica.
- * Se reducen los aranceles de algunos productos agrícolas.
- * Se amplía moderadamente la capacidad crediticia de los Bancos.
- * Se limitan las exportaciones y se elevan los aranceles para importación.
- * Se sufre el agotamiento de la primera etapa del proceso de industrialización.

GUSTAVO DIAZ ORDAZ (1964-1970) ^{(1) (2)}

- * Se promueve la diversificación industrial mediante el impulso a la producción de bienes de consumo duradero, intermedios y de capital.
- * Las ramas industriales que mayor impulso reciben son la petroquímica y la automovilística, que tienen auge durante el sexenio y contribuyen al proceso industrializado.
- * Se sigue fomentando la inversión extranjera, sobre todo la dedicada a la industria.
- * Continúa la política proteccionista del Estado a la industria mediante subsidios, exención de impuestos y barreras arancelarias.
- * Comienzan a reducirse las exportaciones y a aumentar las importaciones.
- * Se pone en marcha un vasto programa para la industrialización de la Frontera Norte.
- * Ampliar y Fortalecer la Infraestructura Nacional.

(1) MENDEZ M.J. SILVESTRE. "PROBLEMAS ECONOMICOS DE MEXICO" TERCERA EDICION MC GRAW HILL, MEXICO 1996, P.141.

2) VILLEGAS MALDONADO MAURICIO "MEXICO Y SU HISTORIA"

LIC. LUIS ECHEVERRIA ALVAREZ (1970-1976) ^{(1) (2)}

- * Modificar la estrategia de desarrollo.
- * Luchar contra la inflación.
- * Alentar el ahorro interno.
- * Aumentar las exportaciones de materias primas y productos manufacturados.
- * Al inicio de la década de los 70's el país vive un serio deterioro económico.
- * El Lic. Echeverría sustituye el "Modelo Económico Estabilizador" por el de "Desarrollo Compartido" o democracia social a través de una apertura democrática.
- * Debido al excesivo gasto público, a la política económica proteccionista y al aceleramiento de la deuda pública se pierde competitividad en los mercados internacionales al resultar más altos los costos y precios internos que deprimen el mercado turístico y alientan la importación y el contrabando.
- * Después de 25 años de estabilidad cambiaria el peso se devalúa y se pone a flotación.
- * La devaluación ocasionó la pérdida del valor adquisitivo de la moneda, inflación,, desempleo y galopante fuga de divisas.

(1) MENDEZ M.J. SILVESTRE. "PROBLEMAS ECONOMICOS DE MEXICO" TERCERA EDICION MC GRAW HILL, MEXICO 1996, P 141.

2) VILLEGAS MALDONADO MAURICIO "MEXICO Y SU HISTORIA"

LIC. JOSE LOPEZ PORTILLO (1976-1982) (1) (2)

- * Delinear nuevas políticas económicas , recuperar la confianza.
- * Elevar la producción y orientarla hacia los bienes y servicios social y nacionalmente necesarios.
- * Ajustar los movimientos financieros para movilizar los recursos productivos existentes.
- * Restringir las importaciones del sector público.
- * Fortalecer fiscalmente a los estados, éstos a los municipios.
- * Evitar el deterioro en la distribución del ingreso y controlar las presiones inflacionarias.
- * Se propone restaurar, consolidar y acelerar el crecimiento del país para lo cuál pone en marcha una Reforma Fiscal y estatuye la "Alianza para la Producción" con la participación de los empresarios y los obreros.
- * El país se dolariza día con día.
- * En 1981 se exime se exime del IVA a la canasta de alimentos básicos.

(1) MENDEZ M.J. SILVESTRE, "PROBLEMAS ECONOMICOS DE MEXICO" TERCERA EDICION MC GRAW HILL, MEXICO 1996, P.141.

2) VILLEGAS MALDONADO MAURICIO "MEXICO Y SU HISTORIA"

- * Al finalizar el sexenio la inflación alcanza más del 100%, hay una crisis de confianza en los sectores empresariales; el petróleo fue sólo una salida coyuntural para el país debido a la política ineficiente y vacilante puesta en marcha por esta administración

MIGUEL DE LA MADRID HURTADO(1982-1988) ⁽¹⁾⁽²⁾

- * En los diez puntos del Programa de Reorganización Económica (PIRE) se plantea:
 - * Proteger el empleo.
 - * Continuar las obras en proceso.
 - * Proteger la producción y canalizar el crédito a las actividades prioritarias para el desarrollo del país.
- * La protección del estado a la industria se va a dar en forma racional y selectiva, ya que se disminuyen y eliminan algunos subsidios y se aumentan los precios de bienes y servicios del sector público.
- * Se promueve la eficiencia industrial con el fin de mejorar la competitividad internacional, para lo cual se elimina el sistema general de aranceles y permisos previos a la importación y se busca instrumentar un sistema racional de protección.
- * Disminuir el crecimiento del gasto público a través de un presupuesto austero que promueva el ahorro público.
- * Promover el desarrollo de la de la mediana y pequeña empresa

(1) MENDEZ M.J. SILVESTRE, "PROBLEMAS ECONOMICOS DE MEXICO" TERCERA EDICION MC GRAW HILL, MEXICO 1996, P 141.

(2) VILLEGAS MALDONADO MAURICIO "MEXICO Y SU HISTORIA"

- Canalizar el crédito a las prioridades del desarrollo nacional.
- Mantener la economía bajo el régimen de economía mixta.

1.2 POLITICA INDUSTRIAL EN MEXICO

APERTURA COMERCIAL DE MÉXICO

(1986—1997-2000) (4)

Para llevar a cabo las estrategias de comercio exterior Carlos Salinas propone el Plan Nacional de Modernización Industrial y Comercio Exterior (PRONAMICE) que intenta corregir errores que no resolvió el programa similar del anterior gobierno.

El PRONAMICE pretende impulsar la transformación de la industria nacional, así como también promover el comercio exterior mediante 5 grandes objetivos:

Internacionalización de la industria nacional

- Fomento a la innovación tecnológica.
- Incrementar la desregulación.
- Impulsar las exportaciones no petroleras
- Modernizar y diversificar el comercio exterior.

Este programa pretende ante todo, continuar apoyando la internacionalización de la economía nacional olvidando por completo el antiguo esquema de sustitución de importaciones.

Con la entrada de México en el Acuerdo General sobre Aranceles y Comercio promovida por Miguel de Madrid Hurtado empieza la liberalización del comercio en México. Durante 1985, el gobierno de De la Madrid implanta una nueva política de comercio exterior cuyas principales vertientes se sustentaron como "cambio estructural", modernización industrial y racionalización de la protección. A partir de ello, el gobierno

(4)Revista de Relaciones Internacionales, México, Num.36, 1998, Pág.55.

fomenta (sin éxito) una política industrial integrada adentro y competitiva afuera. Durante 1985 se eliminaron los permisos de importación y se reestructuraron los niveles arancelarios para mantener un supuesto nivel de protección equivalente al resto del mundo y someter a la industria nacional a la presión de la competencia externa.

Así mediante la eficiencia y la calidad habría diversificación y ampliación de mercados internacionales.

Los años de 1985 y 1986 constituyeron un parteaguas en la política de comercio exterior y la apertura a través de programas de fomento y de apoyo al comercio exterior.

Asimismo, en 1986 México se convierte en parte contratante del GATT. Con el ingreso al Acuerdo que regula 96% del comercio mundial, el gobierno mexicano dio un nuevo giro a la política comercial externa, ya que hubo cambios para cumplir con los requisitos que este organismo exigía.

En el memorándum sobre el Régimen de Comercio exterior de México (que firmó parte del Protocolo de Adhesión de México al GATT), se enuncian cuatro políticas que inciden en el ámbito de comercio exterior :

- * Racionalización de la Protección.
- * Fomento a las exportaciones.
- * Franjas y Zonas Libres.
- * Negociaciones Comerciales Internacionales.

La Política Exterior de Carlos Salinas de Gortari puede ser calificada de activa y pragmática, por primera vez en la historia de México posrevolucionario se ha producido un cambio cualitativo en la concepción y ejecución de la relación de nuestro país con el exterior .

En la década de los 80's tanto países industrializados como algunas de las naciones subdesarrolladas instrumentaron estrategias para participar gradualmente en los mercados internacionales ; la competencia se agudiza a mitad de la misma década ya que la innovación y el cambio tecnológico empezaron a ser las fuentes de cualquier ventaja comparativa.

Para que la economía nacional tuviese un crecimiento sostenido y obtener mayores divisas se planteó diversificar las relaciones comerciales con los nuevos polos de desarrollo a través de un sector exportador competitivo que pudiese penetrar y permanecer en esos mercados, así como también la promoción selectiva de las importaciones de los bienes intermedios y de capital.

El Plan Nacional de Desarrollo, 1982-1988, impulsó esta nueva política de Comercio Exterior, con base en la apertura comercial y la preeminencia del sector exportador. Con esta política comercial se pretende, a partir de entonces, el fomento de las exportaciones, iniciando una "nueva etapa de industrialización y comercio exterior" dejando atrás el modelo de sustitución de importaciones .

Una vez consolidada la racionalización de la protección y la liberación, el gobierno de Salinas plantea la diversificación de mercados a través de la firma de acuerdos comerciales y el ingreso a los principales organismos económico-financieros para obtener mayores

ventajas competitivas sobre las otras naciones, así como la atracción de capitales internacionales para consolidar el modelo económico actual.

ERNESTO ZEDILLO PONCE DE LEON

(1994-2000) (5)

PLAN NACIONAL DE DESARROLLO 1995-2000

El Plan Nacional de Desarrollo es producto de una consulta nacional, popular y democrática efectuada en 97 foros con 516 reuniones, donde se presentaron más de 12000 ponencias.

El Plan Nacional de Desarrollo comprende 5 capítulos y un anexo con una relación de programas sectoriales. Los capítulos son:

- * Soberanía.
- * Por un estado de Derecho y un país de Leyes.
- * Desarrollo democrático.
- * Desarrollo Social.
- * Crecimiento económico.

El Plan Nacional de Desarrollo 1995-2000 ofrece el rumbo que orientará el esfuerzo de todos para fincar bases realistas, responsables para avanzar hacia un México más fuerte, más justo, más democrático y más próspero.

(5) Nacional Financiera "Programa Nacional de Financiamiento del Desarrollo", México, año LVII, 1997, pag 3.

En lo relativo al crecimiento económico, en las últimas dos décadas ha sido insuficiente. Por ello, México enfrenta un problema grave de desempleo y de empleo de baja productividad, tanto en el campo como en las ciudades. Para superar la crisis y promover el desarrollo económico, el Plan adopta como objetivo estratégico fundamental la promoción de un crecimiento económico vigoroso y sustentable que propicie la creación de empleos bien remunerados.

A) HACER DEL AHORRO INTERNO LA BASE DEL FINANCIAMIENTO DEL DESARROLLO NACIONAL.

- * Reforma Fiscal para el ahorro y la inversión privada. El sistema tributario debe premiar el esfuerzo productivo, el ahorro y la inversión.
- * Sistema financiero para impulsar el ahorro y la inversión productiva. Modernizar y fortalecer la regulación del sector financiero y de los organismos supervisores.
- * Fortalecer los mecanismos de financiamiento del sistema de seguridad social para lograr los mejores servicios y para estimular el ahorro interno.
- * Ahorro público para el crecimiento.

B) ESTABLECER CONDICIONES QUE PROPICIEN Y PRESERVEN LA ESTABILIDAD Y CERTIDUMBRE PARA LA ACTIVIDAD ECONOMICA.

- * Mantener una estricta disciplina fiscal que permita que las finanzas públicas contribuyan con eficacia a impulsar el crecimiento económico en condiciones de creciente estabilidad de precios.
- * Política cambiaria que evite sistemáticamente una sobrevaluación del tipo de cambio real.
- * Adecuada conducción de la política monetaria para el logro de la estabilidad de precios.

C) PROMOVER EL USO EFICIENTE DE LOS RECURSOS PARA EL CRECIMIENTO.

- * Abatir la brecha entre el costo del empleo y la remuneración real del trabajador.
- * Impulsar las oportunidades de formación técnica y capacitación de los trabajadores del país para elevar progresivamente la productividad laboral.
- * Se establecerán mecanismos para cerrar la brecha tecnológica entre nuestro país y sus principales socios comerciales.
- * Promover el acceso de los productos mexicanos a los países con los que México ha celebrado acuerdos comerciales y buscar una mayor reciprocidad, por parte de los países, a la apertura comercial de México.

D) POLITICAS SECTORIALES

- * Desarrollo Industrial. El Plan precisa un conjunto de instrumentos y estrategias que son parte indispensable de la política industrial. El programa sectorial busca ofrecer el marco para el desarrollo industrial del país con énfasis en la promoción de las micro, pequeñas y medianas empresas.

Sin duda, el gobierno de Ernesto Zedillo tiene una gran oportunidad valiosa para instrumentar una política industrial global que fortalezca la competitividad internacional de México, para enfrentar los retos y las oportunidades del siglo XXI.

El Plan Nacional de Desarrollo 1995-2000 se convertirá en la directriz de todas las políticas y programas que se instrumenten en el presente gobierno (desafortunadamente el régimen presidencialista en México no permite crear políticas transexenales que sean apoyadas por la mayoría de los mexicanos).

LINEAS DE ACCION DEL PROGRAMA NACIONAL DE FINANCIAMIENTO Y DESARROLLO

1. Mantener un entorno macroeconómico estable.
2. Fortalecer las fuentes de financiamiento del desarrollo.
3. Aumentar la eficiencia de la inversión pública y privada.
4. Utilizar el ahorro externo sólo como complemento del ahorro interno.

En cuanto al desarrollo Industrial el Plan precisa un conjunto de instrumentos y estrategias que son parte indispensable de la política industrial. Se busca ofrecer el marco para el desarrollo industrial del país con énfasis en la promoción de las micro, pequeñas y medianas empresas.

1.3 POLÍTICA INDUSTRIAL ACTUAL "MODELO DE SUSTITUCIÓN DE IMPORTACIONES" CON CADENAS PRODUCTIVAS (6)

El contenido y alcance del Programa de Política Industrial y Comercio Exterior responde a los objetivos del Plan Nacional de Desarrollo 1995-2000. Por consiguiente, las acciones que supone se desarrollarán de acuerdo a los criterios de la disciplina fiscal.

Las exportaciones directa e indirecta para que ésta se convierta en foco central de la estrategia de negocios de la industria nacional.

El esfuerzo exportador sostenido difícilmente puede provenir de un solo núcleo reducido de empresas altamente competitivas. Requiere ser complementado con la sustitución eficiente de importaciones y la consolidación del mercado interno.

Es indispensable integrar agrupamientos industriales de alta competitividad, con proveedores mexicanos capaces de aumentar el contenido nacional de las exportaciones y de competir exitosamente en un mercado interno abierto. Por estas razones, el desarrollo de l mercado interno y la sustitución eficiente de las importaciones serán también fuentes fundamentales del crecimiento económico.

La política industrial actuará a partir de un entorno caracterizado por retos y oportunidades sustanciales. En el frente internacional, en los próximos años la competencia por los mercados mundiales de productos intensivos en mano de obra poco calificada se intensificará. México tendrá que responder a éste desafío mediante una política industrial activa, que incremente su capacidad de competir en los mercados internacionales sobre bases de calidad elevada y fortaleza tecnológica. Por otra parte, las

posibilidades de exportación derivadas de las negociaciones comerciales internacionales y, en particular, de los tratados de libre comercio han creado un marco atractivo para expandir la inversión orientada a generar capacidad de producción a escala internacional.

El pleno aprovechamiento de las posibilidades generadas por el libre comercio con América del Norte y otros países exigiría grandes esfuerzos.

En el frente interno, la apertura económica ha generado la simiente de una planta productiva de competitividad mundial, como resultado de la modernización de la industria nacional, durante los últimos años. La alta productividad alcanzada por los obreros y el avance registrado en diversos segmentos de la industria en materia de modernización empresarial y productividad, así como la privatización y los progresos alcanzados en sectores de servicios que proporcionan insumos claves a la industria, constituyen bases sólidas para extender las condiciones de competitividad internacional a toda la planta productiva nacional.

Sin embargo, será necesario enfrentar los retos de la modernización, derivados de la apertura: superar el rezago de las micro, pequeñas y medianas empresas; rearticular cadenas productivas y fomentar el desarrollo regional. Para afrontar los desafíos y aprovechar las oportunidades antes descritas, el gobierno debe adoptar una política industrial que reconozca su papel fundamental: en el mundo globalizado en que se desenvuelve y desenvolverá la economía nacional, la competitividad no depende sólo de la disponibilidad de un número limitado de factores productivos baratos, ni puede ser producto del esfuerzo aislado de empresas o industrias o de la sola acción de las fuerzas del mercado. Los esfuerzos individuales por alcanzar la competitividad deben complementarse con la organización, y coordinación de la acción del Estado. En el

entorno actual caracterizado por un extraordinario dinamismo económico, ésta acción debe nutrirse del diálogo continuo del gobierno con los sectores productivos.

El objetivo central de la política industrial es fomentar la competitividad de la planta industrial. El propio Plan Nacional de Desarrollo señala que "el mayor reto de la política industrial es asegurar que un número creciente de regiones, sectores, cadenas productivas y empresas aprovechen todas las ventajas competitivas de nuestra economía. Por ello, el aumento de la competitividad de nuestra planta productiva constituye una prioridad nacional "

Para cumplir con lo anterior se desarrollará a lo largo de 3 grandes líneas estratégicas:

- 1.- Crear condiciones de rentabilidad elevada y permanente en la exportación directa e indirecta, ampliar y fortalecer el acceso de los productos nacionales a los mercados de exportación;
- 2.- Crear mecanismos que aceleren el desarrollo de agrupamientos industriales, lo mismo regionales que sectoriales, de alta competitividad internacional y fomentar la creciente integración a las empresas micro, pequeñas y medianas;
- 3.- Fomentar el desarrollo de un mercado interno y la sustitución eficiente de importaciones, como sustento de la inserción de la industria nacional en la economía internacional

La implantación de estas líneas estratégicas implica un esfuerzo nacional sin precedente para igualar las condiciones de competitividad de nuestra economía a la de

nuestros principales competidores en todo el mundo. Requerirá entre otras tareas, fomentar una fuerza de trabajo cada vez más capacitada, crear una infraestructura de comunicaciones y transportes más eficaz y competitiva, introducir sistemas de información que pongan al alcance de las empresas la mejor tecnología y las mejores prácticas administrativas disponibles, y contar con instituciones financieras. Las líneas estratégicas se implementarán a través de 8 políticas:

- Estabilidad macroeconómica y desarrollo financiero.
- Creación y mejoramiento de la infraestructura física y de la base humana e institucional.
- Fomento a la integración de cadenas productivas.
- Mejoramiento de la infraestructura tecnológica para el desarrollo de la industria. Esta política se compone de dos partes: modernización tecnológica y promoción de la calidad.
- La primera es el instrumento más importante de la política industrial en los países industrializados, por su capacidad para aumentar la competitividad industrial.
- Desregulación económica.
- Promoción de exportaciones.
- Negociaciones comerciales internacionales.

“EN EL UMBRAL DEL SIGLO XXI, EL DESARROLLO INDUSTRIAL ES TAREA FUNDAMENTAL DE LA NACIÓN. ES UNA TAREA QUE EXIGE EL CONCURSO DE TODOS LOS SECTORES PRODUCTIVOS DE LA SOCIEDAD EN GENERAL, Y QUE NO SE AGOTA EN MESES O EN AÑOS SINO QUE DEBE DE ACOMETERSE EN FORMA SOSTENIDA A TRAVÉS DE LAS DÉCADAS”

CAPITULO II

MARCO TEORICO

2.1 TEORIA DEL COMERCIO INTERNACIONAL (1)

El comercio es el proceso histórico de la humanidad, desde el punto de vista de los regímenes económicos, sus etapas son:

- * La economía doméstica o feudal, que se transformó en una economía nacional mediante la unión de varios feudos bajo el control de un sólo mando político y económico, y que mas tarde evoluciona hacia una economía internacional.

Estas etapas corresponden al feudalismo, al mercantilismo, y al libre cambio.

“TEORIAS PURA Y MONETARIA DEL COMERCIO INTERNACIONAL”

El estudio teórico del comercio internacional comprende dos campos:

A) TEORIA PURA

Que se refiere al análisis del valor aplicado al intercambio internacional. En esta teoría se consideran los siguientes aspectos:

- * El enfoque positivo, referido a la explicación y a la predicción de los acontecimientos.
- * El análisis del bienestar. Investiga los efectos que tendrá un cambio de la demanda sobre la relación real de intercambio de un país.

(1) MERCADO SALVADOR. COMERCIO INTERNACIONAL III. EDITORIAL LIMUSA. SEGUNDA EDICIÓN. MÉXICO, D.F. 1985

B) TEORÍA MONETARIA:

Comprende dos aspectos:

- 1.- La aplicación de los principios monetarios al intercambio internacional.
- 2.- El análisis del proceso de ajuste mediante el empleo de instrumentos monetarios, cambiarios y financieros, procurando contrarrestar los desequilibrios de la balanza de pagos.

"TEORÍA DEL EQUILIBRIO Y EL COMERCIO INTERNACIONAL

"En el mercado, el precio de la mercancía depende no sólo del precio de los factores productivos, sino del precio de todas las mercancías. Existe una doble interdependencia: de un lado, los precios de las mercancías y los factores productivos y, del otro, las remuneraciones y la distribución del ingreso que determina la estructura de la demanda.

LA NUEVA TEORÍA DEL COMERCIO INTERNACIONAL TECNOLÓGICO COMO VENTAJA COMPETITIVA (2)

Hoy, las ventajas comparativas que de verdad importan no están ya determinadas únicamente por la dotación de factores productivos de que un país disponga, éstas dependen, no sólo de la productividad de los factores de producción y de sus precios relativos, sino cada vez más de la capacidad para innovar, desarrollar nuevos productos para adecuarlos con agilidad a mercados rápidamente cambiantes: adquirir nuevas tecnologías adaptándolas eficientemente a la estructura de precios relativos de factores de cada economía.

La nueva teoría del comercio internacional parte de una concepción distinta del mundo a la de la teoría tradicional: los mercados son competitivos; existen tecnologías con rendimientos crecientes a escala; los agentes económicos toman sus decisiones bajo un ambiente de incertidumbre; los flujos de información son imperfectos; puede existir movilidad de factores entre países.

Además esta nueva teoría presenta nuevos elementos que podrían justificar la intervención gubernamental en la política comercial e industrial.

Esta teoría propone que la inserción de una economía en los mercados internacionales genera mayores oportunidades de desarrollo y crecimiento para ésta.

Ello permite un mayor aprovechamiento de sus recursos a través de la orientación de la producción hacia las actividades donde se presentan las ventajas comparativas, lo cual conduce a un mayor potencial de desarrollo.

(2) Fuente: Revista de Relaciones Internacionales UNAM, FEBRERO DE 1996 NUM 38

Los principales elementos de la nueva teoría del comercio internacional son la existencia de competencia imperfecta (los precios de factores productivos no se igualan); las economías de escala que generan ganancias crecientes; las políticas estratégicas para el desarrollo; la existencia de comercio intraindustrial (mayor entre países con diferencias en las dotaciones de recursos), así como la perfecta movilidad externa que tienen los beneficios sociales.

2.2 TEORÍA DE LA GLOBALIZACIÓN(2)

En general, el término globalización se ha utilizado para referirse al proceso de cambio que se produce a nivel mundial y que consecuentemente ya no puede entenderse tomando únicamente en cuenta en los marcos locales, regionales o nacionales.

Los impresionantes avances tecnológicos en los medios de transporte, la informática y la comunicación han reducido notablemente la percepción de nuestras distancias geográficas. De forma casi inevitable, los eventos que tienen lugar en algún lugar de la tierra repercuten en cascada en los distintos países de nuestro mundo.

Al hablar de la globalización como una tendencia a la homogeneización cultural se suelen introducir las teorías sobre los medios de comunicación masiva y las cuestiones vinculadas con la "unidimensionalidad" de la sociedad contemporánea.

Se considera que de alguna forma en la sociedad moderna, los gustos y las tendencias se unifican. Desde esta perspectiva, se ha señalado que la globalización conlleva una tendencia a la homogeneización mundial que se produce privilegiando la "cultura dominante" a costa de la distorsión o el menosprecio de otras civilizaciones y formas de pensar.

Así entendida, la globalización es un proceso dialéctico, en el cuál los sucesos que se generan en un extremo del planeta no determinan de forma unívoca los acontecimientos que se producen en el otro, sino que muchas veces pueden dar lugar a fenómenos distintos -y hasta opuestos- a los ocurridos en el lugar de origen.

(2)Fuente: Revista de Relaciones Internacionales UNAM, FEBRERO DE 1996 NUM 38

"LAS DIMENSIONES DE LA GLOBALIZACIÓN"

Como se ha señalado previamente, en términos generales, se concibe a la globalización como una serie de cambios multidireccionales y de procesos que han llevado a la interdependencia mundial a una diversidad de aspectos: sean estos políticos, económicos, culturales, etc.

Sin embargo, en la medida en que las distintas perspectivas analizan diferentes dimensiones de la realidad, la globalización tiende a interpretarse enfatizando algunos aspectos de la misma.

En nuestro medio -académico y político- lo más frecuente es que el término de la globalización se asocie fundamentalmente con la nueva realidad económica que ha llevado a la mundialización de los mercados y a una división del trabajo de alcance internacional.

En este contexto, algunos de los autores llegan incluso a proponer la perspectiva de la *teoría de la globalización* en oposición y como una crítica a la propuesta de la "teoría del sistema mundial" desarrollada por Immanuel Wallerstein, por considerar que sus explicaciones eran demasiado reduccionistas por enfatizar en el aspecto económico.

En oposición a la teoría del sistema mundial, cuyo sustento es el análisis económico, lo que debiera ser central para la teoría de la globalización es la categoría de "cultura".

La globalización que se produce a partir del siglo XVI no se da únicamente como expansión en la economía capitalista sino que involucra transformaciones en una diversidad de áreas.

Se trata de un proceso incabado que debe de entenderse en relación con un perpetuo acomodo de las identidades locales y que debe comprenderse tomando en cuenta los cambios en algunas ideas como la de "nación" "etnicidad". etc.

2.3 TEORÍA DE LA EMPRESA EN MÉXICO (1)

En México la industrialización se inició de manera firme y continuada en la década de los 50's en la que surgió la actividad industrial con un sinnúmero de empresas pequeñas y medianas, gracias a la acción abierta y decidida del Gobierno Mexicano, no solamente a través de la integración de una infraestructura básica, sino también promoviendo inversiones industriales que permitieron disminuir las importaciones de artículos manufacturados y para mantener un nivel de empleo adecuado a las necesidades de una población cada vez más crecientes.

En 1955 se promulgó la "Ley para el Fomento a las Industrias Nuevas y Necesarias", cuyo ordenamiento permitió que se estableciera un importante número de empresas industriales, fundamentalmente medianas, pequeñas, y que un gran número de talleres y artesanías se transformaran en pequeñas empresas.

Con el objeto de sostener el desarrollo tanto de las nuevas, pequeñas y medianas industrias, como el de las ya establecidas, el Gobierno Federal instituyó mecanismos de carácter financiero que respondieran a la urgente necesidad de crédito de las pequeñas y medianas empresas industriales, las que en aquella época más que ahora, estaban al margen de la atención de la banca.

De lo anterior surge una pregunta ¿QUE IMPORTANCIA COLECTIVA TIENE LA MICRO, PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA?, realmente su importancia es muy considerable ya que representan la mayoría de las empresas y su impacto en la economía de nuestro país está fuera de discusión y ha sido reconocida aún por los dirigentes de las grandes empresas.

Históricamente, la empresa micro, pequeña, y mediana ha ofrecido una alternativa para el proceso de industrialización . También es reconocido que éstas empresas ofrecen una oportunidad para una continuada expansión del sistema económico del país.

CLASIFICACIÓN DE LAS EMPRESAS

DE ACUERDO AL TAMAÑO	ORIGEN	CAPITAL
MICROEMPRESA	NACIONAL	PRIVADA
PEQUEÑA	EXTRANJERA	PUBLICA
MEDIANA	MIXTA	MIXTA
GRANDE	EXTRANJERO	PRIVADO*

DE ACUERDO A SU TAMAÑO

La justificación de subdividir a las empresas por tamaño radica en el hecho de que entre éstas existen diferencias de diversa índole en niveles de inversión, empleo, tecnología, organización, etc.

Con su agregación se busca formar estratos homogéneos para fines como la presentación de información estadística, para facilitar a los usuarios su análisis, la

realización de estudios e investigaciones , adecuación de marcos legales, formulación de programas y ejecución de acciones de apoyo y promoción dirigidos a determinados estratos.

Existen varios elementos que permiten clasificar a las empresas de acuerdo a su tamaño, entre éstas destacan las siguientes:

A) Magnitud de recursos económicos principalmente capital y mano de obra.

B) Volumen de ventas anuales.

C) Área de operación de la empresa que puede ser local, regional, nacional e internacional.

MICROEMPRESA: Empresa que ocupa hasta 15 personas y realiza ventas anuales hasta 110 veces el salario mínimo general, elevado al año, (900 mil nuevos pesos) del área geográfica A.

PEQUEÑA EMPRESA: Ocupa hasta de 16 a 100 empleados y ventas equivalentes a 1,115 veces el salario mínimo general, elevado al año,(9 millones de nuevos pesos) del área geográfica A.

MEDIANA EMPRESA: Ocupa de 101 a 250 empleados, ventas anuales de 2,010 veces el salarios mínimo general elevado al año,(20 millones de nuevos pesos) del área geográfica A.

GRANDE EMPRESA: Más de 250 trabajadores.

DE ACUERDO A SU ORIGEN

EMPRESAS NACIONALES: Se forman por iniciativa y con aportaciones de capital de empresarios nacionales.

EMPRESAS EXTRANJERAS O TRANSNACIONALES: Sus capitales no son aportados por empresarios nacionales, sino por empresarios extranjeros. Su penetración se realiza a través de la inversión extranjera directa, estableciendo filiales.

EMPRESA MIXTA: Esta se forma cuando existe una alianza entre empresarios nacionales y extranjeros y es que se forman con una parte de capital nacional y otra extranjera.

EMPRESAS MULTINACIONALES: Estas difieren de las transnacionales, ya que se establecen para operar en un segmento parte del mercado mundial para beneficio de los países participantes.

Esta se forma con capital público de varios países y se dedica a un giro que beneficia a los países participantes.

DE ACUERDO A SU CAPITAL

EMPRESA PRIVADA

1.-Los particulares invierten capital con el fin de obtener ganancias.

- 2.-La toma de decisiones se realiza según el objetivo de la ganancia, considerando los riesgos y el mercado al cuál se dirige la producción.
- 3.-Se ubican principalmente en el sector servicio.
- 4.-Los medios de producción pertenecen a los empresarios capitalistas.

EMPRESA PUBLICA

Es una organización económica que se forma con la aportación de capitales públicos o estatales debido a la necesidad de la intervención del estado en la economía.

- 1.-Se invierte capital con el fin de satisfacer las necesidades sociales.
- 2.-La finalidad de las empresas no es obtener ganancias sino satisfacer las necesidades sociales.
- 3.-Se ubican principalmente en el sector servicios.
- 4.-El estado toma las decisiones económicas.

EMPRESAS MIXTAS:

Fusión de capital público y privado.

De acuerdo con el tipo de bienes que producen o servicios que prestan estas empresas, se pueden clasificar en productoras de bienes de consumo no duradero, materias primas, bienes de capital, servicios, etc.

CARACTERÍSTICAS PRINCIPALES DE LA MICRO, PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA

Representan el 90% del total de las empresas del país, absorben el 49% de los empleos manufactureros, presentan requerimientos menores de inversión para generar empleos, la inversión se refleja más rápidamente en la producción.

MICROEMPRESA

- 1.-Organización tipo familiar.
- 2.-El dueño es el que proporciona el capital.
- 3.-Es dirigida y organizada por el propio dueño.
- 4.-Administración empírica.
- 5.-El mercado que domina y abastece es muy pequeño.
- 6.-La producción no es muy maquinizada.
- 7.-Personal formado casi siempre por los mismos familiares.

PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA

- 1.-Capital proporcionado por una o más personas formando una sociedad.
- 2.-Los propios dueños dirigen la marcha de la empresa.
- 3.-Su administración es empírica.
- 4.-Utiliza más maquinaria y equipo aunque siguen basados más en el trabajo que en capital.
- 5.-Dominan y abastecen un mercado más amplio.
- 6.-Están en proceso de crecimiento.

“LA MICRO, PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA ANTE EL CAMBIO”

A partir de la apertura comercial en 1987 se inició un proceso que marcó en forma permanente a las empresas en México. En lo que respecta a las micro, pequeña y mediana empresa del país, la aplicación de estas políticas ha implicado que a sus tradicionales problemas de baja competitividad se le sumen nuevas dificultades por el aumento de la rivalidad doméstica, derivada de las substanciales modificaciones que está sufriendo el mercado nacional al estancarse en determinadas áreas e intensificarse la competencia extranjera y el nivel de competitividad de la gran empresa.

Pero por otra parte, tales políticas pueden también representar para la micro, pequeña y mediana empresa la oportunidad de incursionar en nuevos mercados, tanto en el país como en el extranjero.

Ante tales disyuntivas es evidente que si desean sobrevivir y crecer, deben abordar de inmediato un proceso de profundas transformaciones.

Para hacer frente a esta difícil situación, lo primero que tienen que cambiar es la forma de pensar, dejar de hacer las cosas de forma improvisada y prepararse.

La capacitación debe empezar por ellos mismos, a diferencia de hace algunos años cuando se pensaba que a quién se tenía que capacitar era a las operarias y a las supervisoras; la preparación debe iniciarse de arriba hacia abajo, pues de ésta manera serán los primeros en aceptar el cambio.

Ese cambio consiste en una nueva forma de administrar la industria empleando técnicas y tecnologías probadas de uso mundial como el incremento de la productividad basada en los estudios de ingeniería industrial, por otra parte es necesario considerar a los trabajadores como personas capaces y responsables con grandes habilidades que con frecuencia no son descubiertas por los empresarios.

Dicho cambio debe de estar enfocado hacia el servicio que se le debe brindar al consumidor al que ya no se tiene cautivo, se debe de considerar que este proceso de apertura aunado al bajo poder adquisitivo, lo ha hecho mucho más selectivo en cuanto al precio, calidad y moda y en esa dirección es hacia donde se debe encaminar las acciones.

La necesidad de atender a esta nueva realidad llevará a la empresa a la búsqueda de soluciones que estimulen a la misma, en momentos de declinación de los mercados tradicionales, de un creciente nivel de rivalidad competitiva, riesgo e inestabilidad. Tales esfuerzos se desarrollarán esencialmente a través de la búsqueda de ventajas competitivas, mediante la adopción o descubrimientos, desarrollo, incorporación y asimilación de nuevas y superiores formas de competir en un sector.

CAPITULO III

MECANISMOS DE APOYO AL COMERCIO
INTERNACIONAL EN ESTADOS UNIDOS

3.1 ANTECEDENTES DE LA POLÍTICA INDUSTRIAL

La época moderna de los pequeños negocios en Estados Unidos comenzó con el establecimiento en 1953 de la entidad federal independiente SMALL BUSINESS ADMINISTRATION (SBA) con los propósitos de "ayudar, asesorar, apoyar y proteger los intereses de las pequeñas empresas con el fin de conservar la libre empresa competitiva y mantener y fortalecer la economía en general del país". La definición de la pequeña empresa ha cambiado con el tiempo y depende de la industria en cuestión, pero suele ser "un negocio con menos de 500 empleados".

PROGRAMAS Y SERVICIOS DE LA SBA

La SBA ha desempeñado un papel decisivo en el apoyo de las empresas pequeñas, sobre todo por sus créditos a bajas tasas de interés, la ayuda técnica y la asistencia para competir por contratos del gobierno federal. Además, en 1980 el Congreso aprobó el Decreto de Flexibilidad Regulatoria que conmina a las entidades del gobierno federal a establecer una normatividad menos severa para las pequeñas empresas que para las grandes.

3.2 POLÍTICA INDUSTRIAL ANTE TLCAN

INTRODUCCIÓN: Los pequeños negocios han desempeñado siempre una función importante en la economía de Estados Unidos, pero en los 2 últimos decenios, han tenido un dinamismo notable.

Gran parte de su éxito es atribuible al espíritu empresarial e individualista de la cultura estadounidense, aunque también han tenido que ver las políticas gubernamentales de apoyo.

Es importante la contribución de las empresas pequeñas en la economía estadounidense: da empleo a 53% de la mano de obra privada y en 1995 generó alrededor de 75% de los 2.5 millones de empleos.

FINANCIAMIENTO

El financiamiento primario de los pequeños negocios incluye fuentes tanto internas (el ahorro de los propietarios, ganancias comerciales retenidas y depreciación) como externas informales: intermediarios, financieros y mercados públicos.

Son varias las causas del repunte de las pequeñas empresas a finales de los 80's. Las recesiones mundiales de los setenta principios de los 80's perjudicaron a los grandes negocios (sobre todo los dependientes del comercio) mucho mas que a los pequeños negocios que, en un ambiente

Comercial cada vez más inseguro, tuvieron la ventaja de ser más flexibles al cambio; y un buen número de trabajadores despedidos de las grandes empresas establecieron sus propios negocios.

Por otro lado, las empresas de alta tecnología suelen tener pocos empleados y la computación realiza tareas que antes requerían de numerosos trabajadores.

3.3 ORGANISMOS DE APOYO AL COMERCIO INTERNACIONAL

3.3.1 ANTECEDENTES

HISTORIA DEL BANCO DE EXPORTACIÓN E IMPORTACIÓN DE ESTADOS UNIDOS

El Ex-Im Bank fue creado en 1934 y establecida bajo la ley en 1945 para ayudar a financiar las exportaciones y facilitarlas.

Su creación fue por las condiciones económicas de los años 30 cuando las exportaciones eran vistas como un estímulo para la actividad económica y el empleo.

El objetivo principal del Ex-Im Bank fue promover el comercio entre los Estados Unidos y la Unión Soviética. Durante la post-guerra, el Ex-Im Bank ayudó a las compañías americanas a participar en la reconstrucción de Europa y Asia.

El Ex-Im Bank es alentado a suplementar, pero no a competir con capital privado. A través de los años, el sector privado, el Congreso y la rama ejecutiva han debatido el papel del Ex-Im en el libre mercado de la economía, donde el sector privado maneja la mayoría del financiamiento para exportación.

Por ejemplo en 1953, el Presidente virtualmente liquidó al Banco en un esfuerzo para reducir el gasto del gobierno y facilitar la "batalla" con el Banco Mundial, pero el Congreso intervino para mantener al Banco abierto.

Hoy en día el Ex-Im Bank enfrenta los mismos retos y oportunidades que tuvo cuando fue abierto por primera vez. Por ejemplo, los Estados Unidos están renovando

sus relaciones comerciales con los países de la Unión Soviética y Europa del Este. Cada vez, las exportaciones son vistas como una fuerza sustanciosa del crecimiento de la economía americana. La economía americana está más internacionalizada por las exportaciones del grueso del producto interno bruto que en los años 30. Además, alrededor del mundo, los sistemas comerciales y financieros son más interdependientes.

El Banco suministra garantías de préstamo para capital de trabajo, para los exportadores americanos, así como préstamos para compras extranjeras. Bienes y servicios y provee de seguro de crédito contra el no-pago de compradores foráneos por riesgo político o comercial.

Para llevar a cabo la estrategia de la administración de Clinton que es el continuo crecimiento de la exportación. El Banco se está orientando hacia áreas críticas, como enfatizar las exportaciones en países en desarrollo por medio de subsidios gubernamentales, la estimulación de transacciones para las pequeñas y medianas empresas, la promoción de exportación de bienes y servicios, y proyectos financieros.

El Ex-Im Bank, no es una agencia de desarrollo, pero sí una corporación gubernamental, manejada por una mesa de directores consistiendo en un Presidente, Vice-presidente, y tres miembros adicionales de la mesa directiva, los cuales son escogidos por el Presidente de los Estados Unidos.

El Ex-Im Bank de los Estados Unidos es una agencia independiente del gobierno de Estados Unidos que ayuda a financiar las ventas foráneas de bienes y servicios de Estados Unidos. En los sesenta años, el Banco ha contribuido a \$300 billones en exportaciones americanas.

FUENTE: WWW.DOC.GOV

FUENTE: TRADE INFORMATION CENTER

¿CUAL ES LA MISION DEL EX- IM BANK?

Es generar empleos a través de las exportaciones. Provee garantías de capital de trabajo para exportadores americanos, las garantías de pago para préstamos o hacer préstamos para compradores extranjeros de bienes o servicios americanos.

También da seguro de crédito para proteger a los exportadores americanos contra los riesgos de no pago por los compradores extranjeros o por razones políticas y comerciales. El Banco no compite con prestadores comerciales, pero asume los riesgos que estos no aceptan.

3.3 ORGANISMOS DE APOYO AL COMERCIO EXTERIOR

CENTRO DE SERVICIO DEL DEPARTAMENTO DE COMERCIO

PROVEE DE AYUDA A LOS NEGOCIOS AMERICANOS

El servicio comercial americano de Estados Unidos tiene la responsabilidad de ayudar a las empresas en realizar su exportación potencial y los provee de consejos y sugerencias, información sobre los mercados, contactos internacionales y diversos servicios.

Existen 1400 personas alrededor del mundo trabajando para el servicio comercial de Estados Unidos para promover y proteger los intereses de los norteamericanos.

FUENTE: WWW.DOC.GOV
*Fuente: Trade Information Center
FUENTE: WWW.DOC.GOV
*Fuente: Trade Information Center

El servicio de comercio está localizado estratégicamente donde estés y donde quieras ir alrededor del mundo.

Existen programas que son ofrecidos por este centro para pequeños y medianos empresarios americanos que quieran incursionar en el mercado de la exportación.

¿COMO AYUDA EL SERVICIO COMERCIAL A LOS NEGOCIOS AMERICANOS?

Provee de apoyo a través de representaciones de gobierno a gobierno.

Apoya a la estrategia nacional de exportación de mercados emergentes a través de la asesoría de exportación especializada e investigación de mercados cubriendo sectores específicos de la industria y tratados de negocios, y localización de representantes y distribuidores potenciales. Estos mercados claves incluyen 10 países / regiones: México, Argentina, Brasil, Área Económica China, India, Países Asiáticos, Sudkorea, Polonia, Turquía, Sudáfrica, los cuáles tienen el 40% de las importaciones globales por los próximos 40 años.

- * Provee de ayuda para la promoción en exportación:
- * Información vía Internet.
- * Información comercial / financiera apoyo a través de los Bancos de desarrollo.

*OFICINAS PARA EL DESARROLLO INDUSTRIAL:

FUENTE: WWW.DOC.GOV

*Fuente: Trade Information Center

Los especialistas en el desarrollo industrial y comercio internacional trabajan directamente con firmas individuales y con industrias de bienes y servicios para identificar las oportunidades comerciales y los obstáculos por producto o servicio.

*OFICINA PARA LA PROMOCIÓN DE EXPORTACIONES:

Sirve como Desarrollo Comercial, para diseminar información a través de los diferentes programas sectoriales que tratan directamente con el sector privado. También se encarga de realizar misiones comerciales, identificar las necesidades de exportación para los pequeños negocios y realizan análisis para el potencial exportador de los productos americanos.

*OFICINA DE LA ADMINISTRACIÓN INTERNACIONAL DE COMERCIO:

Esta dedicada a la apertura de mercados para los productos y servicios americanos y proveen de asistencia e información para los exportadores.

La Administración Internacional de comercio es el primer paso para las compañías que buscan asistencia del gobierno y programas federales de acuerdo a sus necesidades.

Algunos de los servicios que otorgan los especialistas en comercio son:

- * Ayudan a los exportadores en como encontrar y usar los programas del gobierno.
- * Ayudan al exportador en su proceso de exportación.
- * Negocios directos con el mercado buscado.

* Financiamiento público y privado.

* **SERVICIO COMERCIAL EXTRANJERO:** La misión del servicio comercial extranjero es apoyar a compañías americanas especialmente las pequeñas y medianas en sus esfuerzos para incrementar las exportaciones. El servicio comercial extranjero mantiene un servicio de clase mundial con 141 oficinas en los Estados Unidos y 76 en todo el mundo.

* **CENTRO DE ASISTENCIA A LA EXPORTACIÓN:** El departamento de comercio de estados unidos, la administración de pequeños negocios (SBA por sus siglas en inglés) y el Ex-Im Bank han formado una asociación para establecer los centros de asistencia a la exportación. Estos centros están localizados en áreas metropolitanas a lo largo de Estados Unidos para ayudar a los pequeños y medianos negocios en la exportación mercadotécnica y en el financiamiento.

* **ADMINISTRACIÓN DE PEQUEÑOS NEGOCIOS:** Esta oficina trabaja en coordinación con otras agencias federales y organizaciones del sector público o privado para ayudar a los pequeños negocios a expandir sus actividades de exportación y asistir a aquellas que deseen empezar. También coordina directamente la cuestión financiera y la ayuda para el desarrollo de las exportaciones. Se incluyen iniciativas regionales con Rusia, Irlanda, Argentina, México y Egipto.

CENTRO DE DEFENSA DEL DEPARTAMENTO DE COMERCIO:

Para una compañía americana, el exportar significa más que vender un buen producto a un precio competitivo, esto también significa tratar con gobiernos extranjeros y reglas complejas.

Este centro regula las acciones de 20 agencias gubernamentales americanas relacionadas con el comercio internacional, que trabajan para asegurar que las ventas de los productos americanos, tengan las mejores oportunidades.

Si el exportador siente que el proceso de exportación no es claro ni transparente o la transacción está a favor de su competencia en el extranjero, el exportador puede recurrir a este organismo para ser ayudado.

OFICINA DE EXPORTACIÓN, COMERCIO Y RELACIONES EMPRESARIALES :

Esta compañía trabaja con compañías individuales, asociaciones comerciales, joint-ventures americanas, compañías de consultorías para promover el uso del intercambio comercial. Alienta el Certificado Comercial de Exportación . Este certificado da protección a las compañías americanas en cuanto a prácticas desleales de comercio, de esta manera las compañías pueden coordinar sus actividades de exportación y lograr economías de escala con inmunidad para prácticas desleales tanto a nivel estatal como en el federal. Aproximadamente 5000 compañías americanas están operando bajo éste programa de protección.

CENTRO DE COMERCIO

El centro de comercio de Estados Unidos fue establecida por el departamento de comercio en 1972 para ayudar a los americanos a buscar mercado para sus productos y servicios y tecnología en México. Operado por el Departamento de Comercio y el servicio comercial extranjero, el centro de comercio americano ayuda a la compañías americanas a expandir sus estrategias de mercadotecnia en México.

El Centro de Comercio ofrece a las compañías un costo efectivo para localizar nichos de mercado en México. Este Centro a través de un acuerdo con el gobierno mexicano ofrece facilidades que permiten la importación temporal para equipo de exhibición sin permiso ni pago de derechos.

FUENTE: WWW.DOC.GOV
*Fuente: Trade Information Center
FUENTE: WWW.DOC.GOV
*Fuente: Trade Information Center
FUENTE: WWW.DOC.GOV
*Fuente: Trade Information Center

PROGRAMAS DE APOYO DEL EX-IM BANK

* GARANTÍAS DE MEDIANO Y LARGO PLAZO: Este tipo de programa cubre el 85% del valor de la exportación. En general, las transacciones a mediano plazo tienen términos de liquidación de 2 a 5 años y la responsabilidad legal del Ex -Im Bank es de 10 millones de dólares; el largo plazo tiene que liquidarse en plazos de 5 años o más y la responsabilidad legal es de más de 10 millones de dólares. Y los requisitos tienen que ser ya sea una carta de interés o aplicaciones de créditos.

* GARANTÍAS DE CAPITAL DE TRABAJO: Cubre el 90% del capital e interés o préstamos comerciales para pequeñas y medianas empresas que necesitan fondos para comprar o producir los bienes y servicios de exportación. Los exportadores deben de aplicar para un compromiso preliminar- es una carta del Banco definiendo los términos y las condiciones bajo las cuáles se dará la garantía- la cuál puede ser usada para obtener el mejor financiamiento de parte del sector privado.

* SEGURO DE CRÉDITO PARA EXPORTACIÓN: Las políticas protegen contra riesgos políticos y comerciales de un comprador extranjero. Las políticas de corto plazo generalmente cubren el 100% del capital para riesgos políticos y 90-95% para riesgos comerciales, también el monto de interés especificado.

PROGRAMA DE COOPERACION PARA DESARROLLO DE MERCADOS.

Es un programa otorgado por el gobierno federal a través del departamento de Comercio a estados, asociaciones de comercio, cámaras de comercio, centros de comercio mundial, y otros grupos industriales no lucrativos para ayudar a asegurar la exportación por medio de la mercadotecnia. Las aplicaciones son para cualquier mercado del mundo y cualquier industria cubierta con el programa.

El Programa se concentra en las siguientes prioridades también presenta oportunidades para desarrollar, mantener y expandir mercados. Crear y apoyar los trabajos americanos; la defensa, monitorear acuerdos extranjeros con tratados de libre comercio, facilitar el proceso de exportación a las empresas pequeñas y medianas. Esto se logra con estrategias de promoción: oficinas de representación en el extranjero, estudios de mercado, participar en exhibiciones extranjeras de comercio, misiones comerciales, seminarios de exportación, servicio comercial técnico, promoción de los productos y servicios americanos con clientes extranjeros, directorio de productos exportables.

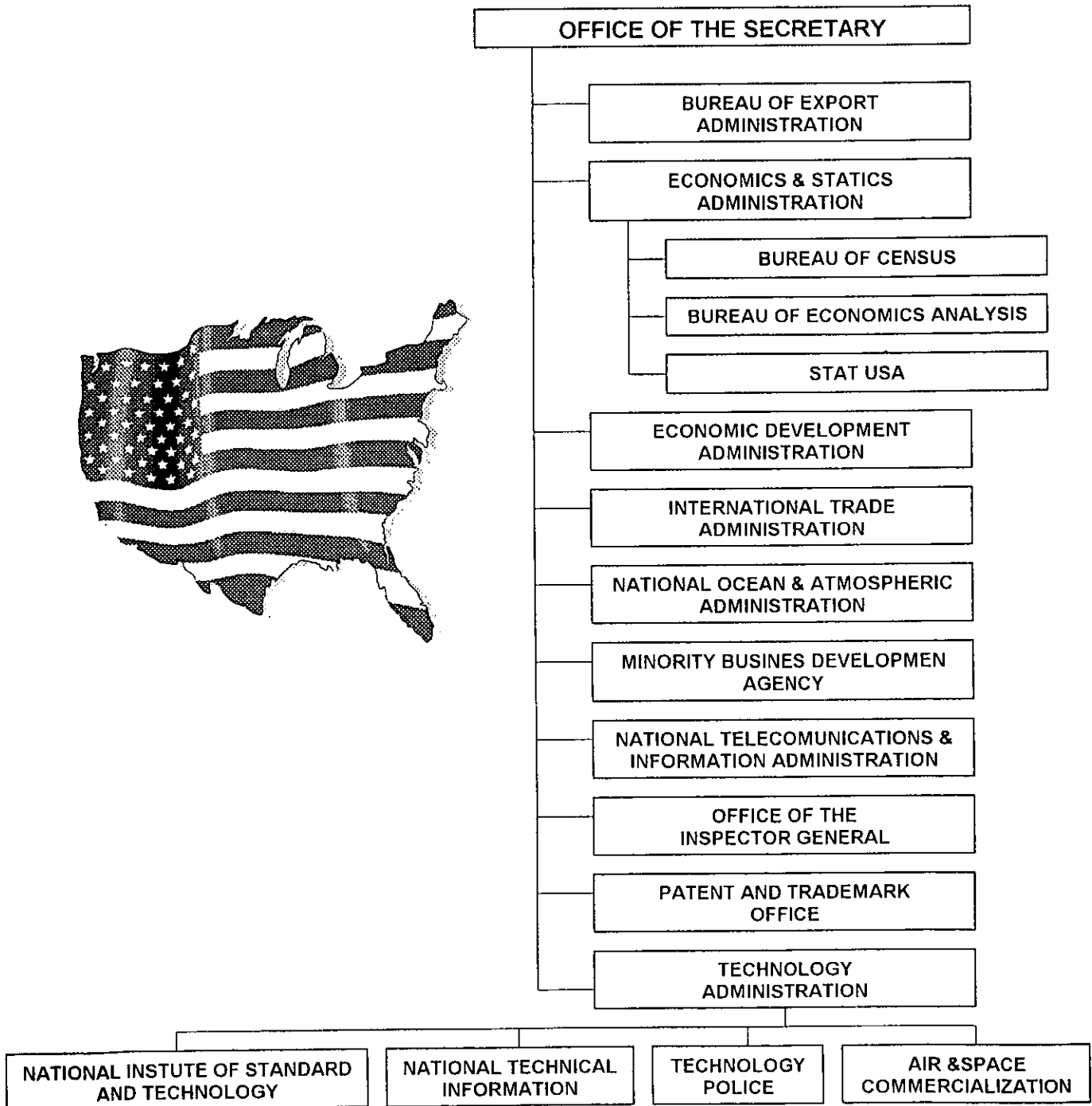
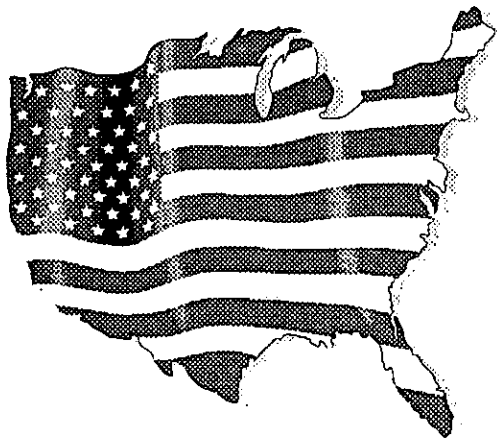
CONSULTORA DE NEGOCIOS AMERICANOS EN LOS PAÍSES RECIÉN INDEPENDIZADOS

El departamento de comercio inició este programa para ayudar a las compañías americanas a hacer negocios en el complejo mercado ruso y los países recién independizados. Los recursos federales han sido usados para sufragar los costos de operación y consultoría en las oficinas de comercio en estos países.

CENTROS DE NEGOCIOS AMERICANOS: En los estados de la unión soviética este organismo otorga a las compañías americanas servicios profesionales y de apoyo que son esenciales para hacer negocios en esta clase de mercados.

3.3.1 ESTRUCTURA DEL DEPARTAMENTO DE COMERCIO

DEPARTAMENTO DE COMERCIO



CAPITULO IV

MECANISMO DE APOYO AL COMERCIO INTERNACIONAL EN CANADA

4.1 ANTECEDENTES DE LA POLÍTICA INDUSTRIAL EN CANADA

La cultura de exportación canadiense fue establecida a través del acta de la propiedad cultural de exportación e importación el 6 de Septiembre de 1977.

El acta incluye permisos de exportación, impuestos, servicios administrativos, provistos por medio del Departamento de Comunicaciones y propiedad cultural.

RESPONSABILIDADES

*Preservar la herencia cultural canadiense, revisar los permisos de exportación, hacer determinaciones sobre ofertas de compras y determinaciones sobre los impuestos. También da sugerencias del ministro de comunicaciones en asuntos que afectan la herencia cultural de Canadá.

La exportación puede traer beneficios significantes. Los 10 pasos para tener una exportación exitosa fue hecha para compañías canadienses, tanto grandes como pequeñas, que han considerado la posibilidad de exportar o de expandirse a nuevos mercados.

No ha habido otro tiempo mejor para los canadienses para exportar. Se han disminuido las restricciones comerciales, abundantes oportunidades de negocios internacionales, mercados globalizados, y las constantes mejoras en comunicaciones hacen las exportaciones en los 90's más viables que nunca, tanto para empresas grandes como chicas.

En particular, las oportunidades son disponibles para empresas pequeñas en el mercado internacional son mejores que antes.

Asociarse con grandes compañías han venido a ser una opción viables por la cuál se gana acceso a los mercados extranjeros.

Por su parte, estas compañías están interesadas en formar asociaciones y alianzas con pequeñas compañías para hacer uso de sus capacidades y especializar en áreas y nichos de mercados.

4.2 POLÍTICA INDUSTRIAL ANTE TLCAN

INTRODUCCIÓN: Para tener éxito en el siglo 21, los negocios se deben ajustar a los cambios tecnológicos y de mercado que es los que mueve a las economías mundiales.

Para asegurar que los negocios canadienses son competitivos y buenos para crear fuentes de empleo, el gobierno federal, está trabajando en conjunto con la industria, instituciones académicas, grupos de interés y otros niveles de gobierno en áreas claves como negocios de exportación, estableciendo una moderna infraestructura tecnológica y preparando a la comunidad de jóvenes en experiencia para ser exitosos en el mercado de mañana.

Como grandes generadores de empleo en Canadá los pequeños negocios son una parte integral del gobierno.

La guía está organizada en 3 secciones:

*EMPEZANDO: Da una pequeña descripción de organizaciones gubernamentales que sirven como un excelente punto de entrada al gobierno federal por que dan servicios a pequeños empresarios.

LA SEGUNDA SECCIÓN: PROGRAMAS Y SERVICIOS DE GOBIERNO, contiene una serie de capítulos dedicados a áreas específicas que son de interés para los pequeños negocios.

La última sección, CONTACTOS CLAVES, da una lista de direcciones y números para contactar.

COMERCIO Y MERCADO EN EXPANSIÓN:

Se están promoviendo las exportaciones de artículos hechos por indígenas (hand-made) y se ayuda a las compañías a expandir sus ventas en mercados regionales y mercados domésticos.

ESTRATEGIA CANADIENSE DE APOYO A LAS EMPRESAS PEQUEÑAS

En Canadá la importancia de las pequeñas y medianas empresas (PYME) como creadoras primarias de empleos y factores de crecimiento económico es bien reconocida.

El país cuenta con más de 2.3 millones de establecimientos con menos de 100 trabajadores que generan 50% de los empleos del sector privado y casi 43% de su producción económica.

El gobierno federal, junto con los de otros ámbitos y el sector privado, están comprometidos a asegurar la creación de más empleos mediante el impulso al crecimiento y el desarrollo de esas unidades productivas.

La estrategia oficial respectiva se ha basado en dialogar con la comunidad de las PYME.

Una de las primeras iniciativas del gobierno actual, por medio de Comité de Trabajo para empresas Pequeñas, ha sido brindar asesoría sobre los problemas de las

PYME y los tipos de ayuda necesaria y, a partir de ello, recomendar nuevos enfoques para asegurar su crecimiento sostenido.

Muchos empresarios y el Comité de Trabajo demandan mejor información sobre las acciones de apoyo gubernamental, así como acceso barato a internet pues cada vez más PYMES incorporan avances tecnológicos.

El Programa para los Pequeños Negocios (Small Business Agenda) del gobierno canadiense se basa en tres áreas de acción:

*La Procuración de un entorno favorable para el crecimiento y el empleo con un menor déficit fiscal, condiciones equitativas para las empresas, reducción de los subsidios para éstas, avances desregulatorios y simplificación de trámites.

* Acceso a financiamientos adecuados.

* La búsqueda de mecanismos para que las empresas aprovechen los apoyos en materia de tecnología y las oportunidades comerciales.

La baja de las tasas de interés, por ejemplo, es una de las medidas más eficaces en favor del empleo y se puede realizar mediante el mejor control de las finanzas públicas.

A juicio de las PYME, los bancos canadienses no han atendido cabalmente sus necesidades y que es necesario aumentar los préstamos para empresas jóvenes y pequeñas.

FUENTE:WWW.CANADA.ORG.MX

FUENTE:WWW.CANADA.ORG.MX

4.3 ORGANISMOS DE APOYO AL COMERCIO EXTERIOR

PROGRAMAS DEL GOBIERNO FEDERAL CANADIENSE

* CORPORACIÓN DE DESARROLLO DE EXPORTACIÓN -SERVICIOS FINANCIEROS.

* FINANCIAMIENTO PARA EXPORTACIÓN: Este programa ayuda a compañías canadienses a tomar ventaja de los mercados extranjeros al vender bienes y servicios.

Existen varias formas de financiamiento que están disponibles en el mercado canadiense provenientes de bancos, Bancos de Desarrollo de negocios, Corporativo de Desarrollo de Exportación.

El Financiamiento para la exportación consiste en un rango de manejo de servicios de riesgo incluyendo:

1. - SEGURO DE CRÉDITO.
- 2.- FINANCIAMIENTO A EXTRANJEROS QUE COMPREN BIENES Y SERVICIOS CANADIENSES.
3. - GARANTÍAS.
4. - CAPITAL DE TRABAJO.

El seguro de crédito a la exportación protege a los exportadores contra pérdidas resultado de riesgos políticos y comerciales.

El financiamiento a compradores extranjeros de bienes y servicios canadienses puede ser arreglado para cualquier tipo de exportación.

VENTAJAS:

- *Exportar es una puerta hacia la expansión para el crecimiento de los mercados y de los negocios.
- *El financiamiento para la exportación aumenta el acceso a nuevos recursos de capital.
- *El seguro de exportación protege a los exportadores canadienses de pérdidas de crédito antes, durante y después de la transacción.

DESVENTAJAS:

*Los exportadores tienen que pesar el costo del servicio ofrecido por EDC o otras instituciones financieras contra el costo potencial de cargar el riesgo bajo su propio nombre.

ORGANISMOS DE APOYO AL COMERCIO EXTERIOR

CANADIAN COMMERCIAL CORPORATION

¿QUE ES CCC?

Exportar es un negocio de pensar. Se necesita un socio en el que confíes para ayudarte con clientes extranjeros, regulaciones etc. También se necesita un socio con la clase de influencia que deja saber a tus clientes que realmente quieres hacer negocios.

Esto es la corporación comercial canadiense.

CCC es una corporación establecida en 1946 para:

- *Asistir a negocios canadienses a vender en otros países.
- *Actuar como un facilitador en el Comercio Internacional.
- *Actuar como el principal contrato.
- *Ofrecer una amplia gama de servicios de contrato.

Hace más fácil para los exportadores canadienses vender sus productos y servicios alrededor del mundo.

Con CCC de tu lado, tu puedes negociar con términos más seguros y confidenciales. Alrededor de 50 años tanto nuevos como experimentados exportadores se han beneficiado de la experiencia y perspicacia en negocios cuando se trata con compradores y organizaciones internacionales.

¿QUE HACE CCC?

- * Ventas en mercados americanos.
- * Ventas en Mercados Internacionales.
- * Ventas a Naciones Unidas.
- * Ventas a Sector Privado.

¿DONDE ACTÚA CCC?

- * CCC ayuda a compañías de todo Canadá a vender productos alrededor del mundo.

- * En 1997-98, CCC concretó alrededor de \$1 billón de dólares en contratos de ventas en 46 países.
- * El mercado americano, principalmente el departamento de la defensa, nasa, representa el 65% de volúmenes de negocios.

¿QUIEN USA CCC?

- * Compañías de cualquier sector.
- * Alrededor del 60% de los proveedores de CCC son compañías pequeñas y medianas empresas.
- * Alrededor de 1700 compañías están trabajando activamente con CCC.

ESTRUCTURA

- * División de operación.
- * División de proyectos.
- * División de desarrollo de proyectos.
- * División de Relaciones Externas.

* PROGRAMA PARA EL DESARROLLO DE MERCADOS:

Este programa es uno de los principales del gobierno federal de Canadá. El objetivo de dicho programa es incrementar las exportaciones de los bienes y servicios canadienses, compartiendo los costos de las actividades que las compañías no podrían tomar solas.

La preferencia será dada a las compañías que cuenten con ventas anuales mínimas de 250000 USD y máximas de 10 millones usd.

- EMBAJADA DE CANADA: DEPARTAMENTO DE RELACIONES COMERCIALES Y ECONOMICAS:

AYUDA OFRECIDA

- Identificación de Mercado Selección de aliados estratégicos.
- Identificación de clientes Selección de compradores potenciales.
Sugerencias sobre los negocios futuros.
- Información sobre regulaciones y tratados comerciales.

*CENTRO DE INVESTIGACION COMERCIAL Y DE SERVICIO (CICS)

De acuerdo con el Plan de Acción Comercial para México, la meta del Programa Comercial Económico es acelerar la entrada de exportadores canadienses al mercado mexicano y ayudarlos a aprovechar al máximo las oportunidades que se presentan en México. Para perseguir esta meta y ante la continua disminución de los recursos, el programa Comercial y Económico se concentra cada vez más en la inteligencia de mercados, la cuál requiere información completa y detallada de los antecedentes que vaya más allá de la simple acumulación de datos. como soporte principal del servicio, para el Programa, el papel del recientemente denominado CENTRO DE INVESTIGACIÓN COMERCIAL Y DE SERVICIO. se ha ampliado y sus objetivos se han identificado como sigue:

A) CENTRO DE INVESTIGACIÓN Y CONSULTA:

El CICS se convertirá en una fuente primaria e integral de información tanto para empresarios canadienses, como para los funcionarios comerciales de la Embajada. El CICS mantendrá al día y en forma oportuna información general y sectorial sobre México, facilitando el acceso a sus clientes. El siguiente es un ejemplo de la información con que ya se cuenta y de la que estará disponible:

- *Base de datos de "Export i" conocimientos sobre México para exportación Canadiense.

- * SMALL BUSINESS LOANS ACT

- * BUSINESS DEVELOPMENT BANK OF CANADA

- * FINANCING SUPPORT THROUGH THE REGIONAL ECONOMIC DEVELOPMENT AGENCIES AND FEDNOR.

- * COMMUNITY FUTURES DEVELOPMENT CORPORATIONS.

FUENTE: WWW.CANADA.ORG.MX

- * ABORIGINAL BUSINESS CANADA.

- * COMMUNITY ECONOMIC DEVELOPMENT PROGRAM.

- * COMMERCIAL DEVELOPMENT PROGRAM.

- * RESOURCE ACCESS NEGOTIATIONS PROGRAM.

*AGRICULTURE FINANCING: FARM CREDIT CORPORATION.

*CANADA COMMUNITY INVESTMENT PLAN.

*FINANCING ASSISTANCE FOR CANADIAN CULTURAL ORGANIZATIONS.

TRADE RESEARCH AND SERVICE CENTRE

De acuerdo con el Plan de acción comercial para México, el objetivo del programa Económico y comercial es "acelerar la entrada de exportadores canadienses en el mercado mexicano" y ayudarlos a tener las mejores oportunidades y ventajas en México.

En persecución de este objetivo, y con los frecuentes recursos decrecientes, el Programa Económico y Comercial está concentrando cada vez más en el mercado inteligente. Este mercado requiere información detallada así como antecedentes que vaya más allá de la base de datos tradicional.

Este centro vendrá a ser una parte esencial e importante en cuanto a información tanto para la gente de negocios canadienses como para las oficinas de comercio de la Embajada.

La información general y sectorial se mantendrá al día, con fácil acceso para sus clientes.

Como ejemplo de la información que estará disponible en este centro es la siguiente:

FUENTE: WWW.CANADA.ORG.MX

GENERAL:

- * INFOCENTER (BASE DE DATOS)
- * EXPORT i MEXICAN KNOWLEDGE BASE
- * CANADAEXPORT ON LINE.
- * INFORMACIÓN Y CATÁLOGOS DE LAS MEJORES ASOCIACIONES EN MÉXICO.
- *CENTROS DE COMERCIO INTERNACIONAL.
- *LISTAS ACTUALIZADAS DE SERVICIOS (BARRAS DE ABOGADOS, CONSULTORES, ETC.)
- * BANCOS CANADIENSES EN MÉXICO.
- * PERFILES DE ESTADOS.
- * RELACIONES DE LA CÁMARA CANADIENSE DE COMERCIO.

SECTORIAL

- * INFORMACION POR SECTOR INDUSTRIAL.
- * DIARIO OFICIAL DE LA FEDERACION POR SECTORES.
- * PERFIL DE MERCADO.
- * LISTA DE INVERSIONES CANADIENSES.

SERVICIOS A COMPAÑÍAS CANADIENSES Y MEXICANAS

El TRSC es designado a unir importadores mexicanos de productos específicos y exportadores canadienses. También tiene el cargo de planear, organizar, controlar y supervisar todos los eventos individuales de comercio y tener todas las facilidades de la embajada (recepciones, presentaciones y seminarios).

FUENTE:WWW.CANADA.ORG.MX

EDC

GRAN APOYO PARA EXPORTADORES CANADIENSES A MÉXICO

Respondiendo a la fuerte demanda de exportadores canadienses, EDC ha añadido 50 millones de dólares a la línea de crédito con el Banco Nacional de México (BANAMEX). El incremento al financiamiento trae un total de 125 millones de dólares.

Las empresas canadienses que venden bienes y servicios en México se pueden beneficiar con 5 millones de dólares que EDC ha añadido a su línea de crédito con Banca serfin uno de los bancos comerciales más grandes en México.

CAPITULO V

MECANISMOS DE APOYO AL COMERCIO
INTERNACIONAL EN MEXICO

5.1 ORGANISMOS DE APOYO AL COMERCIO INTERNACIONAL

¿QUE ES LA SECOFI?

La secretaría de comercio y Fomento Industrial es una dependencia del poder Ejecutivo Federal, que tiene a cargo las siguientes funciones:

- * Formular y conducir las políticas generales de la industria, comercio exterior, comercio interior y abasto.
- * Regular, orientar y estimular las medidas de protección al consumidor.
- * Normar y registrar la propiedad industrial y mercantil; así como regular u orientar la inversión extranjera y la transferencia de tecnología.
- * Promover y, en su caso, organizar la investigación técnico-industrial y
- * Formular y conducir la política nacional en materia minera.

Desempeña las atribuciones y facultades que expresamente le encomienda la ley orgánica de la administración Pública federal, en su artículo 34, así como en otras leyes, reglamentos, decretos, acuerdos, y órdenes del presidente de los Estados Unidos Mexicanos.

"OBJETIVOS DE LA SECOFI"

- * Apoyar a las empresas comerciales e industriales, en sus iniciativas para modernizarse y elevar su competitividad.
- * Mantener el dinamismo de las exportaciones, incorporando nuevas empresas a la exportación directa e indirecta.
- * Impulsar la cultura del consumidor, que privilegie la toma de decisiones informada y selectiva para proteger el poder adquisitivo de las familias.

"DIRECCIÓN GENERAL DE PROMOCIÓN DE LAS MICRO, PEQUEÑA Y MEDIANAS EMPRESAS Y DE DESARROLLO REGIONAL"

*Diseña y coordina los programas de promoción para las micro, pequeña y medianas empresas.

*Auxilia al Secretario Técnico del Consejo Nacional de la Micro y Pequeña Empresa.

*Impulsa la organización y desarrollo de las empresas de pequeña escala, formas de asociación y vinculación con otros estratos de la industria.

"DIRECCIÓN GENERAL DE LA PROMOCIÓN EXTERNA"

* Diseña la estrategia para la promoción del Comercio Exterior, la Inversión Extranjera y las alianzas estratégicas.

* Coordina y evalúa las actividades de promoción externa desarrolladas por los organismos públicos.

- * Organiza y promueve los eventos en materia de comercio exterior e inversión extranjera.
- * Apoya a los empresarios nacionales y extranjeros en la detección y promoción de oportunidades de negocios y proyectos específicos.
- * Coordina la integración del programa Nacional de Eventos Internacionales.

"DIRECCIÓN GENERAL DE LA PROMOCIÓN INDUSTRIAL"

- *Participa en el diseño de la política industrial del país.
- *Coordina la integración de programas sectoriales de promoción y realiza estudios especializados en materia industrial.
- *Participa en organismos nacionales e internacionales en materia de desarrollo industrial.
- *Diseña y opera sistemas de información en materia industrial.

SISTEMA NACIONAL DE ORIENTACION AL EXPORTADOR (SNOE)

El SNOE proporciona un servicio personalizado de orientación en materia de comercio exterior al empresario mexicano que desea incursionar en la actividad exportadora , pero que desconoce la forma de hacerlo.

FUENTE :WWW.SECOFI.GOB.MX

FUENTE :WWW.SECOFI.GOB.MX

Integra y vincula los servicios que ofrecen las dependencias del sector público, cámaras, asociaciones e instituciones empresariales.

El sistema opera con métodos y procedimientos de atención homogénea y un programa único de capacitación de orientadores que se ubican en las Delegaciones y Subdelegaciones de la SECOFI en toda la República.

¿Qué ventajas y beneficios ofrece?

- *Servicio personalizado y gratuito.
- *Orientación acerca de etapas y requisitos en el proceso de exportación.
- * Apoyo mediante la concentración de información en un solo sitio, sobre los diversos servicios que ofrecen las instituciones en materia de exportaciones.
- * Orientación específica, de acuerdo a las necesidades de cada empresa.
- * Vinculación con otras instituciones públicas y privadas en materia de comercio exterior, para otorgar un servicio integral.

¿Qué hacer para estar en el sistema?

Para tener acceso a este servicio solo tiene que acudir a los módulos de orientación al exportador en Delegaciones y Sub delegaciones de la SECOFI en el país, y en la Ciudad de México.

“MÓDULOS DE ORIENTACIÓN AL EXPORTADOR (MOE)”

Forman parte del Sistema Nacional de orientación al Exportador. Su objetivo es proporcionar un servicio personalizado de información, orientación y asesoramiento en materia de exportación al empresario mexicano que desea incursionar en la actividad exportadora o bien diversificar y consolidar su permanencia en los mercados internacionales.

¿QUE VENTAJAS Y BENEFICIOS OFRECE?

Servicio personalizado y gratuito, como una extensión de los servicios de diversas instituciones públicas y privadas en materia de orientación e información acerca de las etapas en el proceso de exportación.

¿QUE HACER PARA ESTAR EN EL SISTEMA?

Solamente acudir a los módulos de orientación al exportador en las delegaciones y Subdelegaciones Federales de la SECOFI.

INFORMACION ADICIONAL
WWW.SECOFI.GOB.MX
Insurgentes sur 1940, PB Col. Florida
México, D.F. 01050
Tel. (5) 229 6100.

PROGRAMA DE DESARROLLO DE AGRUPAMIENTOS INDUSTRIALES

¿QUE ES?

El Programa de Desarrollo de Agrupamientos Industriales es un mecanismo de Promoción Industrial que, mediante una estrecha colaboración entre empresarios, gobierno de los estados y gobierno federal, permitirá definir estrategias, instrumentar acciones de desarrollo regional y fomentar la integración de cadenas productivas.

Está dirigido a los gobiernos estatales y municipales así como a las empresas de las cadenas productivas locales.

El Programa de desarrollo de agrupamientos Industriales persigue los siguientes objetivos:

- Diseñar, concensar e instrumentar programas de desarrollo industrial regional.
- Coordinar los esfuerzos que realizan el gobierno federal, estatal y los empresarios para promover el desarrollo industrial regional, a fin de aprovechar las potencialidades de las distintas regiones económicas de una manera más eficaz.
- Promover la descentralización de la promoción industrial.
- Estimular un desarrollo regional equilibrado.

- Vincular a la industria a nivel estatal y nacional.
- Optimizar la infraestructura local de servicios a la industria.
- Consolidar polos de desarrollo ya establecidos.

¿QUE BENEFICIOS Y VENTAJAS OFRECE?

- Identificación de agrupamientos por estado.
- Elaboración de diagnósticos específicos por sector y por agrupamiento.
- Definición de oportunidades y amenazas de la industria local en sectores específicos
- Establecimiento de líneas estratégicas para cada agrupamiento.
- Ejecución de planes de acción para reforzar la competitividad del agrupamiento.

FUENTE :WWW.SECOFI.GOB.MX

FUENTE: WWW.SECOFI.GOB.MX

INFORMACION ADICIONAL:

Insurgentes sur 1940, 3:

Col. Florida

México, D.F. 01050

Tel. (5) 229 6100.

“CENTROS REGIONALES PARA LA COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL”

(CRECE)

¿QUE SON?

Los centros regionales para la Competitividad Empresarial, CRECE son centros de apoyo a las micro, pequeñas y medianas empresas de los sectores industrial, comercial y de servicios. Los CRECE son fideicomisos privados coordinados por el Centro para el desarrollo de la Competitividad Empresarial (CETRO) cuya misión es contribuir al desarrollo del sector productivo, comercial y de servicios del país, proporcionando a los CRECE, los elementos necesarios para el correcto desempeño de sus funciones de atención empresarial.

Principales actividades de los CRECE:

- Consultaría.
- Evaluación de proyectos.
- Estudios Sectoriales.
- Estudios de mercado.

¿Qué beneficios y ventajas ofrece?

A diferencia de otras entidades que prestan servicios de atención empresarial, estos centros ofrecen:

- Servicios de diagnóstico empresarial en forma gratuita.

- Atención personalizada de expertos consultores.
- Vinculación con instituciones financieras, si el caso lo requiere.
- Vinculación con otros programas de apoyo empresarial.
- Orientación precisa para realización de más y mejores negocios.

Para obtener los servicios del CRECE, los empresarios deben cumplir los siguientes requisitos:

- Ser dueños de una micro, pequeña o mediana empresa mexicana.
- Con capital 100% mexicano.
- Tener 2 años en operación en el giro del que se trate .
- Estar dispuestos a proporcionar toda la información necesaria sobre la empresa, para elaborar el diagnóstico empresarial (la información se maneja con absoluta confidencialidad).

“PROMOCIÓN DE EMPRESAS INTEGRADORAS”

¿QUE SON?

Son empresas de servicios que asocian personas físicas y morales, preferentemente de escala pequeña y mediana.

¿QUE VENTAJAS Y BENEFICIOS OFRECE?

- Es una figura versátil y se adapta a cualquier actividad productiva.
- Incrementa la competitividad de las empresas asociadas.
- Mantiene la autonomía de los empresarios en las decisiones internas de sus negocios.
- Los empresarios se dedican a producir, mientras la empresa integradora se encarga de realizar otras actividades especializadas que requieren los asociados.

¿QUE HACER PARA CONSTITUIR UNA EMPRESA INTEGRADORA?

Presentar en las Delegaciones o Subdelegaciones de la SECOFI o en la Dirección General de Industrias, la siguiente documentación:

*Plan de negocios que sustente la integración.

*Proyecto de acta constitutiva.

*Organigrama funcional.

Información adicional:

Directora Ejecutiva

Act. Norma Rodríguez Orozco

Insurgentes Sur 1940 P.B.

Col. Florida

¿QUE ES?

Los programas sectoriales de promoción constituyen un mecanismo fundamental para atender los problemas particulares de segmentos de la industria, que consiste en un conjunto de acciones e instrumentos de apoyo integral, dirigidos a sectores industriales específicos con el propósito de :

Información adicional:

Dirección General de Promoción de las Micro, Pequeña y Medianas empresas y de Desarrollo Regional. Insurgentes sur 1940, Piso 9, Col. Florida, 01030 México D.F.

- * Impulsar sectores industriales específicos concertando programas de promoción para identificar y dar solución a los problemas que obstaculizan el incremento de la competitividad.
- * Promover proyectos productivos de alto impacto.

En los criterios de evaluación para definir los sectores que serán atendidos, se toman en cuenta 4 características:

1. Potencial exportador.
2. Potencial para sustituir importaciones
3. Probabilidad de integrar cadenas productivas.

4. Capacidad para generar empleos.

¿QUE BENEFICIOS Y VENTAJAS OFRECE?

- Elaboración de diagnósticos para generar propuestas específicas de promoción sectorial.
- Atención directa a los problemas específicos relacionados con la competitividad de los sectores industriales.
- Concertación con productores y autoridades gubernamentales para la aplicación de instrumentos y mecanismos que contribuyan al logro de una industria competitiva.
- Impulso a proyectos de alto impacto orientados a fortalecer la integración de cadenas productivas y el desarrollo particular de sectores industriales específicos.

"COMITÉ NACIONAL DE PRODUCTIVIDAD E INNOVACIÓN TECNOLÓGICA A.C. (COMPITE) "

¿QUE ES ?

Es una metodología aplicable a todo tipo de empresa manufacturera que opere bajo el concepto fundamental de producción masiva, la cual mejora sustancialmente la productividad del proceso que se desee optimizar.

¿QUE VENTAJAS Y BENEFICIOS OFRECE?

- * El incremento en la productividad, en forma inmediata y a bajo costo.
- * La agilización del recorrido y flujo de productos dentro del proceso de fabricación.
- * La optimización de la secuencia y ubicación de la maquinaria existente.
- * La eliminación de las mermas y desperdicios dentro del proceso.
- * La reducción de los inventarios involucrados en el proceso de manufactura.
- * La detección y eliminación de las operaciones que no agregan valor al producto.
- * El aprovechamiento al máximo de los recursos disponibles

¿QUE HACER PARA UTILIZAR ESTE SERVICIO?

Requisitar la carta solicitud y remitirla a la persona responsable del COMPITE.

Esta será atendida en un plazo breve por un consultor certificado, que realizará una visita a la empresa solicitante, sin ningún costo, con el propósito de realizar un prediagnóstico que asegure que es aplicable la metodología COMPITE.

FUENTE : WWW.SECOFI.GOB.MX

INFORMACION ADICIONAL:

Dirección General de Promoción de las Micro, Pequeña y Medianas Empresas
y de Desarrollo Regional.

Insurgentes sur 1940, Piso 70

Col. Florida

México D.F. 01030

Tel. (5) 229 6100

5.2 PROGRAMAS DE FOMENTO AL COMERCIO EXTERIOR

PROGRAMAS DE FOMENTO AL COMERCIO EXTERIOR

PITEX

El Programa de Importación Temporal para producir artículos de Exportación (PITEX) es un instrumento de promoción a las exportaciones , mediante el cuál se permite a los productores de mercancías destinadas a la exportación, importar temporalmente diversos bienes para ser utilizados en la elaboración de productos de exportación.

BENEFICIARIOS

Los beneficiarios del programa PITEX son los siguientes:

1.-Las personas físicas o morales productoras de bienes no petroleros establecidas en el país que exporten directa o indirectamente y

2.- Las empresas de comercio exterior (ECEX), con registro vigente expedido por la SECOFI, mismas que podrán suscribir un programa PITEX en la modalidad de proyecto específico de exportación.

BENEFICIOS

PITEX brinda a sus titulares la posibilidad de importar temporalmente es decir, libre del pago de Impuesto General de Importación , del Impuesto al Valor Agregado, y

de las cuotas compensatorias en su caso, diversos bienes a ser incorporados y utilizados en el proceso productivo de mercancías de exportación.

Estos bienes están integrados bajo las siguientes 5 categorías:

materias primas, partes y componentes que se destinen totalmente a integrar mercancías de exportación.

Envases, empaques, contenedores y cajas de trailers que se utilicen en su totalidad para mercancías de exportación.

*Combustibles, lubricantes, materiales auxiliares, refacciones y equipos que se consuman dentro del proceso productivo de la mercancía de exportación.

*Maquinaria, equipo, instrumentos, moldes y herramienta duradero destinado al proceso productivo.

*Aparatos, equipos, y accesorios de investigación, seguridad industrial, control de calidad, comunicación, capacitación de personal.

Los titulares del programa PITEX que cumplan con los compromisos de exportación podrán solicitar, durante su vigencia, la autorización de nuevas importaciones temporales de bienes incluidos en cualquiera de las categorías citadas.

COMPROMISOS

A fin de gozar de los beneficios de un programa Pitex su titular debe comprometerse a cumplir los siguientes requisitos mínimos de exportación:

*10% de las ventas totales anuales o 500,000 dólares en caso de solicitar importaciones temporales correspondientes a las primeras tres categorías citadas.

*30% de las ventas totales anuales en caso de solicitar importaciones temporales de los bienes incluidos en las últimas dos categorías (maquinaria y equipo).

VIGENCIA

La vigencia de los programas PITEX se otorga , conforme a los compromisos otorgados por México en acuerdos y Tratados Internacionales y estará sujeta al cumplimiento de lo establecido en el Decreto y la legislación aduanera..

PLAZOS DE PERMANENCIA

*Materias primas, envases y empaques, dos años contados a partir de la fecha de internación al país.

*Combustibles, materiales auxiliares y refacciones, un año contado a partir de la fecha de internación al país.

*Maquinaria y equipo, durante el periodo en que se encuentre vigente el programa

DRAW BACK

DEVOLUCIÓN DE IMPUESTOS A LOS IMPORTADORES

OBJETIVO: Devolver a los exportadores los impuestos que hubieren pagado por insumos (materias primas, partes y componentes, empaques y envases, combustibles, lubricantes y otros materiales), de origen extranjero incorporados a mercancías de exportación.

BENEFICIARIOS:

EXPORTADORES DIRECTOS: Son las personas establecidas en México que exporten mercancías en el mismo estado en que fueron importadas o que exporten mercancías que incorporen insumos importados.

EXPORTADORES INDIRECTOS: Son proveedores de insumos que se incorporen a productos que serán vendidos en el exterior por empresas maquiladoras, PITEX y ecex, o por tercero que extienda carta de aval solidario y presente pedimento de exportación definitivo.

PLAZO DE DEVOLUCIÓN: Tratándose de exportador directo en un plazo de 90 días hábiles contados a partir del día siguiente a la fecha en que se realice la exportación.

En caso de exportadores indirectos en un plazo de 90 días hábiles contados a partir del día siguiente a aquel en que se expida la constancia de exportación.

En ambos casos la solicitud de la devolución de los impuestos de importación deberá presentarse dentro de los 12 meses siguientes a la importación.

ECEX

EMPRESAS DE COMERCIO EXTERIOR

DEFINICIÓN: Una empresa ECEX es una compañía especializada en la comercialización integral de productos de exportación.

Su especialización le permite comercializar eficientemente mercancías de cualquier tipo de productos.

APOYOS DE LA S.H.C.P. A LAS ECEX

*Posibilidad de nombrar un apoderado aduanal para varias aduanas.

*Iva tasa cero en sus adquisiciones de mercancías de exportación.

APOYO DE SECOFI A LAS ECEX

Los proveedores de mercancías exportadas por las ECEX podrán ser consideradas como ALTEX directas.

Los abastecedores de los proveedores podrán ser ALTEX indirectos.

La SHCP tomará medidas para que Nacional Financiera S.N.C. brinde a las ECEX una atención preferente y les otorgue la asistencia y el apoyo financiero necesario para el seguimiento de los proyectos, de acuerdo a la normatividad vigente.

La SHCP tomará las medidas necesarias para que BANCOMEXT, otorgue a las ECEX una reducción del 50% en el costo de los productos y servicios no financieros que dicha institución determine a través de su programa de apoyo integral a esas empresas. Asimismo tomará las medidas para que dicho Banco, establezca un programa de apoyo financiero para las empresas de Comercio Exterior Consolidadoras de Exportación que contemple lo siguiente:

- 1.- Prestarle servicios de banca de primer piso .
- 2.- Otorgarles créditos conforme a los productos financieros vigentes .
- 3.- Brindarles apoyos para su participación en las ferias y misiones organizadas por dicha institución.

ALTEX

Se cataloga empresa Altex, a la que produce bienes no petroleros y que en último año obtuvo los siguientes resultados:

Exportaciones por el 40% de sus ventas totales o 2 millones de dólares anuales.

En el caso de los exportadores indirectos que sus ventas anuales de bienes incorporados a productos de exportación o exportados por terceros representen como mínimo 50% de sus ventas totales.

Estas empresas serán beneficiadas con facilidades administrativas específicas establecidas por las dependencias y entidades de la Administración Pública Federal , como son:

- 1.- El programa de devolución inmediata del saldo IVA a su favor.
- 2.- Mayor cobertura de financiamiento.
- 3.- Facilidades administrativas en materia de comunicaciones y trasnportes.
- 4.- La exención del requisito de segunda revisión de las mercancías exportadas en la aduana de salida, siempre y cuando estas hayan sido despachadas en una aduana interior.
- 5.- La posibilidad de nombrar a un apoderado aduanal para varias aduanas y diversos productos, previa autorización de la SHCP.

CONSTANCIA DE EXPORTACION

BENEFICIOS

La constancia sustituye en un solo documento al pedimento de exportación "virtual" y al pedimento de importación temporal "virtual". Es un documento que se emite entre particulares y no requiere de certificación oficial alguna, por lo que no es necesario contar con un agente o apoderado aduanal para la elaboración de los pedimentos virtuales, ni acudir ante la aduana para presentar pedimentos de exportación y de importación temporal.

Además de las facilidades administrativas antes mencionadas, la Constancia otorga los siguientes beneficios:

Aplicar la tasa 0% del IVA en las ventas de mercancías entre nacionales que se destinen a la exportación.

Cumplir con el compromiso de retornar las mercancías importadas temporalmente al extranjero.

Comprobar que determinadas proporciones de sus ventas totales se destinaron a la exportación, para lo cual el reporte anual de comercio exterior, deberán anexar una relación de Constancias de Exportación durante el año calendario reportado.

REQUISITOS

Los exportadores directos o indirectos que expidan una constancia de exportación deberán:

*Contar con un registro vigente de PITEX, MAQUILA O ECEX.

*Registrar previamente al proveedor nacional ante la SHCP.

*Emitir una constancia por proveedor en papel membretado de la empresa, respetando el formato establecido por la SHCP, en original y 2 copias.

El original es para el proveedor nacional.

Una copia para la empresa emisora

Otra copia para la SHCP.

SIMPEX

El sistema mexicano de promoción externa (simpeX) es un sistema integral de información y difusión accesible a cualquier institución organismo o empresa privada diseñada para promover oportuna y eficientemente proyectos comerciales y de inversión entre empresas mexicanas y extranjeras.

INFORMACION QUE PROPORCIONA EL SISTEMA

- *Empresas extranjeras que desean realizar alianzas estratégicas con México.

- *Empresas mexicanas que desean realizar alianzas estratégicas con empresas extranjeras.

- *Oportunidades comerciales para los productos mexicanos.

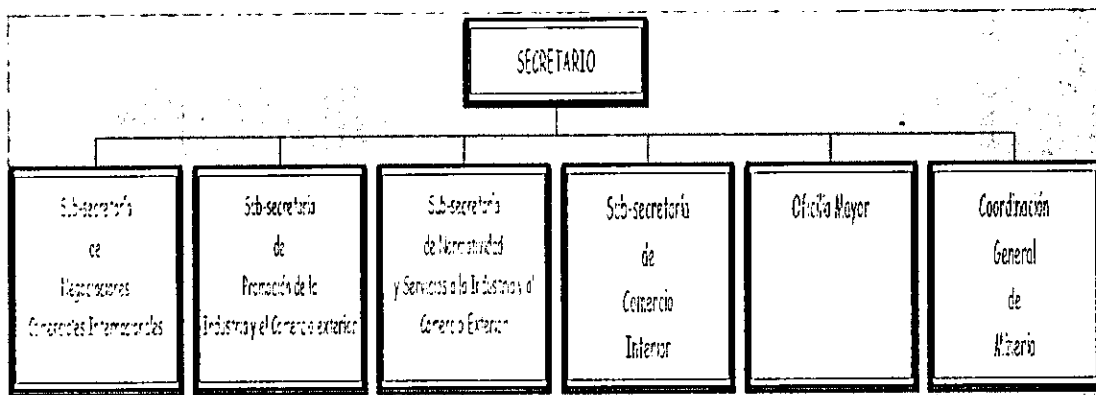
- *Oferta de los mercados internacionales.

5.3 ESTRUCTURA DE LA SECRETARIA DE COMERCIO Y FOMENTO INDUSTRIAL

ORGANIZACIÓN

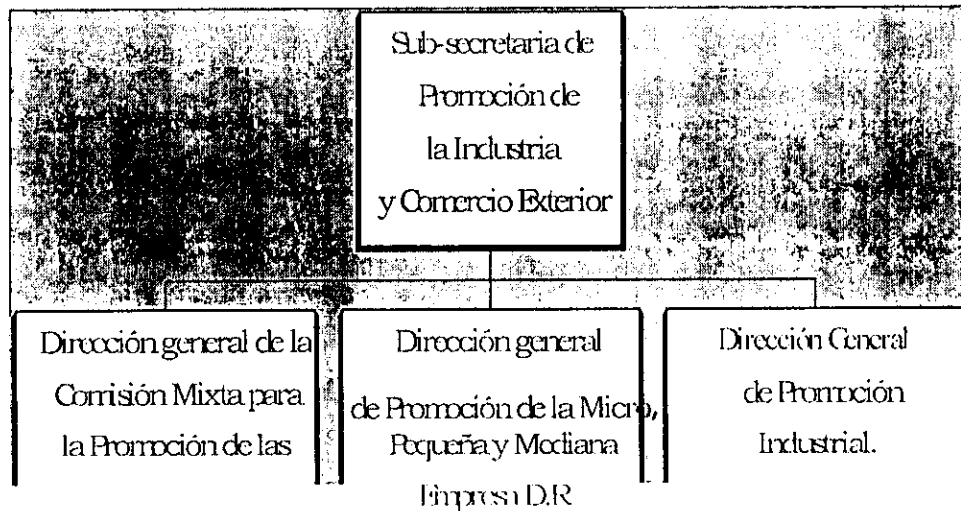
ORGANIGRAMA

ESTRUCTURA ORGANICA DE LA SECRETARIA DE COMERCIO Y FOMENTO INDUSTRIAL



ESTRUCTURA ORGÁNICA DE LA SUB-SECRETARÍA DE PROMOCIÓN DE LA INDUSTRIA Y EL COMERCIO EXTERIOR.

SUB-SECRETARÍA DE PROMOCIÓN DE LA INDUSTRIA Y EL COMERCIO



CAPITULO VI

MODELO COMPORATIVO

6.1 MODELO COMPARATIVO

Como se ha mencionado anteriormente, la micro, pequeña y mediana empresa reviste de gran importancia en la economía de los países de mayor desarrollo como Estados Unidos y Canadá. Es de gran utilidad conocer la características de la política adoptada en esos países y los resultados obtenidos, particularmente en aquellos casos en que se han logrado esquemas eficientes de asociación de micro, y pequeñas empresas para la canalización de recursos financieros o para las compras en común, o para las investigaciones de mercadotecnia y penetración de mercados externos o bien, la creación de centros especializados en el desarrollo de etnología de vanguardia para empresas de este estado. En fin, la experiencia de estos países en un campo real que debe de estudiarse con el propósito de extraer formulas que puedan ser adecuadas y eficiente adaptadas a las condiciones particulares de la economía mexicana.

EL CASO DE ESTADOS UNIDOS

La pequeña empresa representa el 99.6% de las empresas de Estados Unidos; emplea a 6 de cada 10 personas y contribuye con 40% de los empleos.

La pequeña empresa contribuye con 20% de las exportaciones anuales del país y es proveedor importante de empresas mas grandes, cuya producción tienes como destino principal el mercado de exportación, lo cual permite generar empleos permanentes y un crecimiento constante.

Los resultados positivos de la operación de este sector se debe, evidentemente, a un conjunto de factores: espíritu emprendedor de los empresarios, infraestructura.

Íntimamente relacionado con la adopción de una actitud empresarial diferente, innovadora, audaz y con visión.

Así como sucede en México, en casi en todos lo países del mundo, la micro, pequeñas y medianas empresas representan un segmento de la mayor importancia en las economías nacionales, tanto por su numero como por los empleos que generan y su participación en el PIB.

MÉXICO	EUA. CANADA
o Falta de créditos a las MPYME	o Facilitan recursos financieros a tasas preferenciales.
o Estado propietario.	o Estados Solidario.
o Tecnología obsoleta.	o Innovación tecnológica.
o Falta de competitividad.	o Alta competitividad internacional.
o Falta de calidad.	o Estándares de calidad Internacional.
o Espiritu Pasivo.	o Espiritu Emprendedor.
o Falta de apoyo para las micro, para obtener asesorías y asistencias técnicas.	o Agencias especializadas en asesorías, capacitación y asistencia técnica.

Economía eficiente, innovación tecnología etc., pero también desempeña un papel importante el apoyo que reciben a los empresarios a través de medidas de fomento que instrumentan instituciones públicas y privadas del país, como la Small Business Administration (SBA). Y el Eximbank.

EL CASO DE CANADA

Al igual que Estados Unidos, el gobierno Canadiense ha implementado estrategias de desarrollo para las micros, pequeñas, medianas empresas, tales como:

Eliminar los obstáculos a las transacciones, con el propósito de mejorar la productividad; facilitar los recursos financieros a tasas preferenciales; otorgar incentivos fiscales; y promover el desarrollo tecnológico; esto con el fin de colocar a sus productos de manera competitiva en el mercado eterno.

MÉXICO

En México la disponibilidad y uso de los recursos crediticios no es el único factor para la solución del problema del atraso y la ineficiencia productiva; la modernización requiere del establecimiento de esquemas que masifiquen y faciliten el acceso a la capacitación, la información, la asistencia técnica y a la tecnología, así como la asociación empresarial y a las economías de escala que brinden competitividad.

El factor fundamental que puede imprimir un dinámico proceso de avance hacia niveles superiores de competitividad a la mayoría de las empresas en México, esta

CONCLUSIONES

CONCLUSIONES

PROPUESTA PARA LOGRAR UN NIVEL DE DESARROLLO OPTIMO EN LA POLÍTICA INDUSTRIAL DE MÉXICO

I MEJORAMIENTO DE LA INFRAESTRUCTURA TECNOLÓGICA PARA EL DESARROLLO DE LA INDUSTRIA ⁽¹⁾

En los países industrializados, el instrumento más importante de la política es el fomento a la modernización tecnológica. Este hecho constituye un testimonio de la importancia que el fortalecimiento tecnológico tiene para mantener y aumentar la competitividad de la industria.

En nuestro país, en un medio económico caracterizado por el proteccionismo, la preocupación fundamental en materia de transferencia tecnológica era su regulación y no su promoción. En materia de protección a la propiedad industrial, la legislación era débil y generaba pocos incentivos a la innovación tecnológica.

Con la apertura de la economía se ha generado una conciencia creciente de que la modernización tecnológica es condición de su éxito para poder enfrentar la intensa competencia de nuevos productos, nuevas tecnologías y nuevos diseños.

II MEJORAMIENTO DE LA INTEGRACIÓN DE CADENAS PRODUCTIVAS

Antes de la apertura comercial, la integración de la industria nacional reflejaba las distorsiones creadas por las propias barreras a la importación. El proteccionismo alentó un acceso limitado a los insumos de importación por esto muchos productores se vieron forzados a estructurar sus procesos productivos en forma integrada, a fin de

no depender de un número limitado de proveedores nacionales, a menudo ineficientes. De esta manera se obstaculizaron las posibilidades de especialización de las empresas nacionales, en ciertas etapas o componentes de la producción.

La apertura comercial naturalmente generó una mayor disponibilidad de insumos extranjeros e intensificó la competencia en el mercado nacional.

III PROMOCIÓN DE EXPORTACIONES (2)

La promoción de nuevos exportadores y nuevos mercados de exportación reviste importancia fundamental en la estrategia de política industrial. Esquemas como el Programa de importación Temporal para producir artículos de Exportación y el Programa Maquilador han sido fundamentales para el desarrollo exportador del país, y deben mantenerse actualizados. Los apoyos financieros al desarrollo de nuevos mercados requieren fortalecerse y consolidarse para afrontar exitosamente las cambiantes condiciones de los mercados internacionales y ser equivalentes a los mejores que pueden obtener los exportadores de las naciones con las cuales competimos.

IV CONSIDERACIONES FINALES

Considero importante, que la próxima administración federal desarrolle estrategias eficientes para llevar a cabo los apoyos financieros, de capacitación técnica, accesoria y plantación, tanto para empresas que ya están participando en el sector exportador, como las que apenas inician en este proceso, pero que por falta de apoyos u orientación aún no se integran.

Como he señalado anteriormente, este es uno de los sectores más importantes en los países desarrollados y que han aportado grandes beneficios para sus respectivas economías.

El Lic. Vicente Fox, Presidente Electo de México, desarrollo estrategias para fomentar las exportaciones durante su administración como Gobernador del estado de Guanajuato. Entre las que se encuentran:

- La creación de la Coordinadora de Fomento al Comercio Exterior (COFOCE).
- Con el fin de promocionar los productos mexicanos en el extranjero, abrieron oficinas en varias partes de Estados Unidos y Sudamérica. (5)

Es importante, que los mexicanos nos demos cuenta de los cambios a nivel nacional e internacional. México es un país con alta potencialidad para salir adelante y ser un país de primer mundo. Desafortunadamente, ha sido explotado de forma irracional por muchos años

Necesitamos una mentalidad exportadora, con calidad, responsabilidad, formalidad, cambiar nuestra imagen a nivel mundial. Saber exigir al gobierno impida la importación de productos que muchas veces han afectado la planta productiva nacional.

Los invito a luchar juntos por ese México que todos queremos ver.

1. Revista "Ejecutivo de finanzas" julio 1998 num.9

2. Blanco Mendoza Herminio, "Las negociaciones comerciales de México con el mundo" fondo de cultura económica México 1994

BIBLIOGRAFIA

BIBLIOGRAFÍA

AUTORES

- 1.- ESPINOZA VILLAREAL, EL IMPULSO A LA MICRO, PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA, EDIT. FONDO DE CULTURA ECONÓMICA, MÉXICO, 1993.
- 2.- GUZMÁN LÓPEZ DANIEL, LA BLANCA DE DESARROLLO EN LA MODERNIZACIÓN EMPRESARIAL, MONOGRAFÍA, ESCUELA PROFESIONAL DE COMERCIO Y ADMINISTRACIÓN, LEÓN GTO. 1996.
- 3.- MÉNDEZ MJ. SILVESTRE, PROBLEMAS ECONÓMICOS DE MÉXICO, 3ª ED. MC GRAW HILL, MÉXICO 1995.
- 4.- MERCADO SALVADOR, COMERCIO INTERNACIONAL I 3ª EDIT. LIMUSA, MÉXICO, DF. 1994.
- 5.- TAMAMES RAMON, ESTRUCTURA ECONÓMICA INTERNACIONAL, EDIT. ALIANZA, MÉXICO 1991.

OTRAS FUENTES

1.- ¿ESTA USTED INTERESADO EN EXPLORAR? , EN GTO. EXPORTA, FEBRERO DE 1998 VOL. 3 NO. 22.

2.- ORGANIZACIÓN Y REPRESENTATIVIDAD DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS EN MÉXICO, EN COMERCIO EXTERIOR, FEBRERO DE 1997, VOL. 47, NO. 2.

3.- REVISTA ÉPOCA, NUM. 325 LA DEVALUACIÓN AÑO 1995.

4.- WWW.BANXICO.GOB.MX

5.- WWW.CANADÁ.ORG.MX

6.- WWW.DOC.GOV

7.- WWW.PRESIDENCIA.GOB.MX

8.- WWW.SECOFI.GOB.MX

9.- WWW.SECOFI.GOB.MZ

10.- WWW.SHCP.GOB.MX

REVISTAS

1.- NACIONAL FINANCIERA , PROGRAMADA DE DESARROLLO EMPRESARIAL, MÉXICO 1994.

2.- SECOFI, SUBDELEGACIÓN FEDERAL, DEVOLUCIÓN DE IMPUESTOS DE IMPORTACIÓN A EXPORTADORES , GUANAJUATO, GTO. 1996