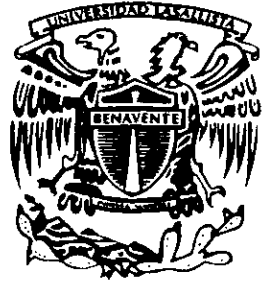


879330
1



UNIVERSIDAD LASALLISTA BENAVENTE



Escuela de Relaciones Internacionales
Estudios Incorporados a la
UNIVERSIDAD AUTONOMA DE MEXICO
Clave: 8793 - 30

AGRUPACIÓN DE EMPRESAS TEXTILES PARA LA EXPORTACIÓN EN EL ESTADO DE GUANAJUATO

Tesis

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:
LICENCIADO EN RELACIONES INTERNACIONALES

PRESENTA:
JULIO OCTAVIO ABOYTES MONROY

ASESOR:
LIC. RAMÓN TOVAR CERRITOS

CELAYA, GTO.

SEPTIEMBRE DEL 2001



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

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

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

DEDICATORIAS

A DIOS:

Porque gracias a ti padre mio, veo hoy el término de mis estudios ya que tu me diste la fe, la fortaleza y sobre todo la salud para cumplir con mis deberes estudiantiles.

A MIS PADRES:

A quienes admiro y respeto mucho por su comprensión, apoyo incondicional y su ejemplo que me obliga moralmente a seguir por el mismo camino.

A MIS HERMANOS:

A todos por su apoyo que me brindaron en todo momento y que nos hace ser doce cuerpos distintos en una misma alma.

A MI ASESOR:

Con cariño al Lic. Ramón Tovar Cerritos por su paciencia y su interés de ayudarme a concluir este trabajo.

A MIS AMIGOS:

A todos de verdad con cariño y en especial a la familia Rico Navarrete, Fernando Octavio Molina y Tania Merino Noriega.

INDICE

CAPITULO I: ANTECEDENTES DEL COMERCIO EXTERIOR EN MÉXICO

1.1	Epoca Proteccionista	1
1.2	Apertura Comercial	3
1.3	Crecimiento Comercial en México	5
1.4	La Empresa y el Comercio Exterior	7

CAPITULO II: MARCO TEORICO

2.1	Teorías del Comercio Internacional	11
2.2	Teoría de los Aranceles	14
2.3	Política Comercial	17
2.4	Política Fiscal y Monetaria	20
2.5	Teoría de las ventajas Comparativas	25

CAPITULO III: PROBLEMÁTICA ACTUAL

3.1	Incentivos y programas de fomento a las empresas mexicanas	28
3.2	Productividad de la industria textil en el Estado de Guanajuato	38
3.3	Análisis del mercado textil en México	41
3.4	Principales tendencias del mercado textil mundial	48
3.5	Adecuación de productos textiles en la exportación	53
3.5.1	Empaque y embalaje en la exportación	57
3.6	Ruta y logística de exportación	61
3.6.1	Tráfico internacional	61
3.6.2	Elección del medio de transporte	63

CAPITULO IV: PROPUESTAS

4.1	Canales de distribución en el extranjero	71
4.2	Principales tratados comerciales internacionales de México con otros países	73
4.2.1	Tratados de Libre Comercio con América del Norte	73
4.2.2	Tratado de Libre Comercio entre Bolivia y México	74
4.2.3	Tratado de Libre Comercio del Grupo de los Tres	75
4.3	Organismos nacionales y extranjeros de apoyo a las exportaciones en el sector textil	76
4.4	Agrupación Regional de Empresas Textiles en el Estado de Guanajuato	77
4.5	Formación de clusters o cadenas productivas para la integración industrial regional	79
4.6	Fomento a las exportaciones por parte del Gobierno del Estado de Guanajuato; Bancomext y COFOCE	83

CONCLUSIONES

BIBLIOGRAFIA

INTRODUCCION

La agrupación de Empresas Textiles para la Exportación en el Estado de Guanajuato mediante la formación de clusters o cadenas productivas es un tema novedoso en nuestro país, pero a nivel mundial ya ha sido aplicado este modelo con gran éxito en países de Europa y Asia, por lo cual las exportaciones textiles en el Estado de Guanajuato pueden crecer y diversificarse a un más mediante agrupaciones de la micro y pequeña Empresa que tengan un mismo nivel de producción, además de compartir los mismos objetivos. En el capítulo primero se analizan los antecedentes del comercio exterior en México comenzando con la época proteccionista hasta llegar a la apertura comercial de nuestro país también en este capítulo se analizaron las diferentes etapas de crecimiento comercial en México así como la relación que existe entre la Empresa y el comercio exterior.

Después en capítulo II se estudiarán las diferentes teorías que fundamentan al comercio exterior dentro del marco teórico de la presente tesis profesional.

Comenzando con las principales teorías del comercio exterior como la teoría clásica, la teoría del equilibrio, la teoría pura, la teoría monetaria y la teoría de localización también en el segundo capítulo se estudiará como la teoría de los Aranceles fomentan o restringen al comercio exterior en un país, además de analizar los tipos de arancel como son el Ad valorem, el Arancel específico y el Arancel Mixto. También se estudiarán la política fiscal, comercial y monetaria sus ventajas y desventajas como afectan al comercio internacional y a las Empresas exportadoras, como último punto de capítulo segundo se analizarán las propuestas de la teoría de las ventajas comparativas.

En el capítulo tercero se analizarán los programas de apoyo que promueven las exportaciones mexicanas. Como el programa de maquila de exportación, el programa de importación temporal para producir artículos de exportación (PITEX), Empresas altamente exportadoras (ALTEX), Empresas de comercio exterior (ECEX) como parte de la problemática actual que se estudia en el capítulo tercero. Además de los programas de fomento se analiza la productividad de la industria textil en el Estado de Guanajuato y después en todo el país Mexicano.

No menos importantes resultan las diferentes tendencias del mercado textil a nivel mundial así como la adecuación de productos textiles para la exportación.

En toda exportación textil el empaque y el embalaje deberá de ser bien seleccionado de acuerdo a las necesidades del cliente en el extranjero que comprará el producto, además se estudiará también la mejor ruta y proceso logístico que se deberá seguir según la elección del medio de transporte de acuerdo a las necesidades y urgencia del pedido todas estas actividades deberán de estar debidamente planeadas y organizadas y controladas por el Departamento de Tráfico Internacional.

En el último capítulo, que es el capítulo cuarto se analizarán las diferentes propuestas que se presentan para lograr la Agrupación de Empresas Textiles para la exportación en el Estado de Guanajuato.

Comenzando este capítulo con el análisis de los canales de distribución en el extranjero que son utilizados por el exportador para bajar los costos de transporte cuando el país comprador requiere que el producto sea distribuido con eficiencia y rapidez.

Otra de las propuestas que se plantean en el capítulo cuarto consiste en que el exportador o la agrupación de exportadores aprovechen al máximo los tratados Comerciales Internacionales que México tiene con otros países de mundo, entre los que se analizan son los Tratados de Libre Comercio con América del Norte (TLCAN) el tratado de Libre Comercio entre México y Bolivia, por último el tratado de Libre

Comercio con el grupo de los tres. También en el capítulo cuarto se citan los organismos de apoyo a las exportaciones del sector textil, como son CANAINTEX que es la Cámara Nacional de la Industria Textil, además se cuenta con un centro de capacitación textil conocido por sus siglas como CATEX, estos organismos son los más importantes a nivel nacional pero también existen organismos de apoyo textil a nivel Internacional como el Instituto Textil de Investigación Textile Research Institute como el más importante organismo de apoyo.

Como resultado de la propuesta para formar una Agrupación de Empresas textiles para la exportación en Guanajuato se tienden a formar clusters o cadenas productivas para la integración regional con diferentes estrategias fiscales y comerciales que tendrán buenos resultados para la Micro y Mediana Empresa en Guanajuato compitiendo en precio y calidad en los mercados internacionales.

Como último punto del cuarto capítulo se mencionaron los apoyos de organismos para el fomento de las exportaciones por parte de organismos como: Bancomex y Cofoco.

Ubicando a México como un país que está alcanzando día a día el tan preciado desarrollo económico y social, los Empresarios se deben de dar cuenta que deben de aprovechar los diferentes tratados internacionales de libre comercio para que a través de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa consoliden sus productos textiles en los más competidos Mercados Mundiales.

A inicios de un nuevo milenio México y nuestro Estado de Guanajuato, deberán de dar pasos firmes hacia la integración de un mundo cada vez más globalizado. Espero que el lector disfrute, critique o apoye esta propuesta de tesis pero sobre todo espero que en un futuro cercano esta propuesta deje de serlo para convertirse en una realidad.

METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION

Etapas 1: Planteamiento del problema

JUSTIFICACION.

A lo largo del tiempo de haber ingresado a la carrera de Relaciones Internacionales con la especialidad en Comercio Internacional, he estudiado diversos temas económicos, políticos, diplomáticos, sociales, culturales y sobre todo temas de comercio internacional de los cuales me abrieron una amplia gama de oportunidades de escoger un tema de tesis que fuera de mi agrado.

Al estar pensando en el tema que escogería para hacer la tesis surgieron grandes dudas en cuanto a la elección del tema, pues con el enfoque multidisciplinario de mi carrera existen muchos temas que me interesan profundamente sobre todo aquellos en que en los años de estudio de mi carrera les he dedicado mayor estudio y análisis tal es el caso de los temas económicos actuales y sobre todo los de comercio internacional que está desarrollándose en el país cada vez más en varios sectores productivos. Así después de estar pensando y buscando temas diversos para hacer una tesis profesional, consideré que la elección de un tema factible y que fuera de actualidad en la región del estado de Guanajuato, donde se tiene una gran demanda exportadora a raíz del tratado de libre comercio con América del Norte (E.U. México y Canadá).

El Tratado de Libre Comercio con América del Norte ha fomentado el libre comercio entre estos países; a nivel nacional es importante señalar que actualmente el Estado de Guanajuato es uno de los estados con mayor actividad exportadora en la región del Bajío y del país, es por este motivo que considero importante desarrollar el tema de tesis titulado "Agrupación de Empresas Textiles para la exportación en el estado de Guanajuato".

En el presente trabajo se analizará la importancia que tiene el comercio internacional en la vida económica de los países, las ventajas y desventajas del comercio internacional con los países del mundo, se analizarán también los problemas económicos que actualmente sufre el estado de Guanajuato tales como: falta de inversión en sectores productivos, el sector industrial manufacturero y el sector comercial pero analizando profundamente la parte mecánica del tema como falta de competitividad internacional de las empresas textiles que exportan sus productos debido a la poca competitividad en precios internacionales y sobre todo a la poca capacidad productiva de las empresas para exportar por lo que es necesario la integración o Agrupación de varias Empresas Productoras de Textiles, del mismo ramo, por ejemplo productoras de pantalones y suéteres de la región del Estado de Guanajuato donde ciudades Moroleón, Celaya, Salamanca e Irapuato. Para que por medio de Agrupaciones se pueda competir en el exterior, sobre todo con el apoyo que el Gobierno del Estado proporcione a la micro, pequeña y mediana empresa. Ayudándolas con financiamiento; con organismos de información y apoyo al comercio exterior de Guanajuato.

Bancomext y Cofocoe son dos organismos de fomento a las exportaciones en el Estado de Guanajuato con lo que se espera su apoyo para la factibilidad de este proyecto en la región.

Etapa No. 2: Marco General de Referencia

- A) **Agrupación de Empresas:** Se propone analizar los tipos de agrupaciones de las empresas productivas para conocer sus principales efectos positivos y negativos que se puedan presentar. En otras palabras la importancia que tienen las agrupaciones de empresas textiles en el Estado de Guanajuato para lograr una integración fuerte empresarial en este ramo productivo. El objetivo principal de estas empresas que participen en la agrupación será la de exportar sus productos a varios países, principalmente a Estados Unidos y Canadá aprovechando las ventajas arancelarias que ofrece el Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN).
- B) **Teoría Centro- Periferia:** Esta teoría define al centro con ciertas peculiaridades en la estructura productiva de los países subdesarrollados con respecto a los desarrollados, donde la actividad productiva de trabajo es elevada y genera dependencia de los países subdesarrollados con retraso tecnológico y exportación solo de bienes primarios por lo que estos países abastecen a los países desarrollados. La periferia obtiene en los centros una amplia gama de bienes en especial de productos manufacturados, así pues se explica la teoría centro periferia como un sistema único y dinámico. Esta teoría de centro periferia nos ayuda a comprender el comercio internacional que se tiene entre los países desarrollados y subdesarrollados.

Etapa No. 3 : Hipótesis de la Investigación

Introducción: La hipótesis que se presenta es una respuesta tentativa en primera instancia al problema que surge de la observación del objeto de estudio y de la relación que existe entre las agrupaciones de empresas de textiles con las cadenas productivas para la exportación.

En México anteriormente se han propuesto 3 programas de agrupaciones industriales en los últimos sexenios en 1979 José López Portillo propuso el plan de desarrollo industrial después, en 1984 Miguel de la Madrid ofreció el programa nacional de fomento industrial y comercio exterior; para 1988 Carlos Salinas dio a conocer el programa industrial con impulso al comercio exterior.

Actualmente Ernesto Zedillo creó un nuevo programa de cadenas productivas para la exportación basadas en agrupaciones regionales de industrias, con una política económica y fiscal propia para la micro, pequeña y mediana empresa siguiendo los esquemas internacionales de países como Japón, Francia y Corea.

Justificación: La hipótesis que se presenta relaciona dos variables que son:

- 1) El apoyo a los programas de cadenas productivas en México como una importante alternativa para las industrias textiles del país.
- 2) El aprovechamiento de la política industrial, monetaria y fiscal para que estas industrias de textiles puedan exportar.

ELEMENTOS ESTRUCTURALES DE LA HIPÓTESIS

Unidades de Análisis: Comprende los problemas actuales para que las industrias textiles logren el grado de integración en nuestro país. Por lo que surge la necesidad de clasificar a las empresas en base a su infraestructura física y su capacidad productiva.

Variabes: Estas se definen como las características o propiedades cualitativas y cuantitativas que se presentan en unidades de análisis que son Variable Independiente y Variable Dependiente.

Elementos Lógicos: Si se logran las agrupaciones de empresas textiles en el Estado de Guanajuato y se llega a un crecimiento sostenido de su producción estas empresas exportarán con éxito a diferentes países del mundo.

Esta hipótesis se basa en observación y en las lecturas de material que aborda esta problemática, investigación se basará en estudios, propuestas y publicaciones de organismos especializados. Para esto se requiere trabajar con datos extraídos de la realidad socioeconómica que el país vive actualmente y manejar los diferentes términos de variables a investigarse.

CAPÍTULO I. ANTECEDENTES DEL COMERCIO EXTERIOR EN MÉXICO

1.1 Época Proteccionista

Comenzaremos este capítulo explicando primero que es el proteccionismo así como sus instrumentos de los que se vale como son los aranceles y los contingentes.

Con una explicación sencilla aunque clara podemos definir al proteccionismo como una política económica que se basa en adoptar medidas que protejan a la industria nacional de las importaciones baratas o no baratas pero con las cuales la empresa nacional no puede competir con los productos de origen extranjero.

Esta definición en pocas palabras nos quiere decir que el proteccionismo de un país se basa principalmente en poner barreras a las importaciones en forma de aranceles o contingentes con la finalidad de proteger a las industrias nacionales, una vez establecidos los Aranceles y contingentes los productores nacionales satisfacen las necesidades de la demanda.

Las medidas proteccionistas han existido desde mucho tiempo atrás si nos remontamos históricamente al siglo XVII en donde el parlamento de Inglaterra intento poner impuesto al té y otras mercancías a las colonias de su propiedad en América, así durante siglos el arancel ha servido para recaudar ingresos en un país y proteger sus industrias nacionales.

Los contingentes tienen el mismo efecto que el arancel que consiste en prohibir la entrada de mercancías a un país determinado.

“Un arancel tiende a elevar el precio, a reducir las cantidades consumidas e importadas y a aumentar la producción interior”. (1)

El comercio exterior en México comienza con una etapa proteccionista, desde el año 1917 con el periodo de gobierno de Venustiano Carranza se inicia una política la protección a las industrias nacionales para el desarrollo interno del país. Así el país trato de evitar la apertura comercial con estas políticas. Después en el año de 1929 se da un paso mas adelante con las medidas proteccionistas, creándose el ISI que sus siglas significan el Índice de Sustitución de Importaciones esta medida significo que el país puso altos aranceles para importar las importaciones sobre bienes primarios, para después seguir con los bienes secundarios y hasta llegar en el año de 1970 a los bienes Terciarios. Esto quiere decir que el Índice de Sustitución de Importaciones comprendió de el año de 1929 a 1970. Durante estos años el país evitó la apertura comercial con los países del resto del mundo debido a una exagerada protección de las industrias nacionales lo cual atrazo tecnológicamente y económicamente a las empresas que nunca tuvieron en los años que duro el Índice de Sustitución de Importaciones la competencia a nivel internacional de sus productos y servicios.

Después del año de 1970 el Gobierno Mexicano continua con sus políticas proteccionistas otorgando a las empresas una carga fiscal baja al igual que las tarifas muy reducidas; con el gobierno de José López Portillo en el año de 1976. El proceso industrializador del país se concentró en la explotación y exportación del petróleo con lo que se conoció como la petrolización de la economía debido a que México creció en

(1) SAMUELSON A. Paul, Economía, ed Decimocuarta,
Ed MACGRAW HILL, México 1995 p. 825

sus exportaciones petroleras por el alza de los precios del petróleo pero como consecuencia se convirtió en un país monoexportador es decir que basaba sus exportaciones en el petróleo solamente.

En el sector industrial nacional el proteccionismo de varios años causó que el estado en forma excesiva protegiera a las industrias nacionales y estas empresas no tuvieron en tantos años un desarrollo tecnológico adecuado, sin investigación, ni procesos de producción de vanguardia lo que provocó el deterioro de la política proteccionista y fue hasta el año de 1986 con el gobierno de Miguel de la Madrid Hurtado cuando México se abre económicamente al mundo con la entrada del país al GATT (Acuerdo General sobre Aranceles y Comercio).

Terminando definitivamente la etapa proteccionista.

1.2 Apertura Comercial

Después de muchos años de proteccionismo en el país, de pasar por la política de sustitución de importaciones el gobierno mexicano decide ponerle fin con la entrada al GATT en 1986, con esto México abre sus mercados y permite que se realicen las importaciones y exportaciones con los miembros del GATT y demás países del mundo, porque ningún país del mundo satisface sus necesidades por si mismo necesita de otros países para llevar a cabo el comercio exterior por lo que importa productos es decir la importación es el conjunto de bienes, mercancías y servicios que un país compra a otro país. También es necesario en un país llevar a cabo las exportaciones que son el conjunto de bienes, mercancías y servicios que el país vende a otros países con el fin de obtener ingresos de esta actividad. Las exportaciones son muy importantes en cualquier país ya que si las exportaciones superan a las importaciones existe un superávit comercial; es decir una ganancia en la balanza de pagos si por el contrario las importaciones son mayores a las exportaciones se tiene un déficit comercial dentro de la balanza comercial de pagos; déficit significa pérdida o deuda adquirida por nuestro país con otro.

Es por estos motivos señalados que es necesario tratar de exportar más productos que los que importemos para mantener la balanza de pagos en equilibrio.

Durante el inicio de la apertura comercial de nuestro país en 1986 año de la entrada oficial al GATT México se beneficio con la adopción de un marco normativo internacional que le permitiera llevar a cabo el comercio internacional de una manera libre y sin trabas de ningún tipo amplió las exportaciones de productos agrícolas en varios países de Europa y América.

Gracias a que México entro al GATT todos los países miembros se interesan por comerciar sus productos en nuestro país (importación de productos) y también requieren algunos de nuestros bienes y mercancías.

Con el paso del tiempo el acuerdo del GATT que firmó México le permitió integrarse entre las economías de los países miembros a través de sus modalidades como la unión aduanera como primer grado de integración para después pasar a una zona de libre comercio con una integración más completa con esto nuestro país se beneficio con varios productos que bajaron su arancel y dichos productos fueron la miel, el acero, las flores, el tequila, la cereza, el aguacate, mangos, jugos embotellados, entre otros productos industriales y agrícolas con lo que las exportaciones mexicanas se diversificaron y México dejó de ser monoexportador de petróleo, las exportaciones crecieron en gran número pero las importaciones también crecieron y sobre las exportaciones por lo que el país sufrió en los primeros años desequilibrios en la balanza comercial. Con el tiempo México diversificó sus exportaciones en el rubro manufacturero e industrial mediante los incentivos a las exportaciones por medio de la devolución de impuestos se promueven también negociaciones bilaterales en el año de 1987 para lo cual el presidente Miguel de la Madrid viaja a Europa para concertar acuerdos comerciales.

En el GATT se lleva a cabo la Ronda Uruguay y México tiene beneficios como son:

- Acceso a los mercados de bienes y servicios en 122 países del mundo.
- Ampliar nuestros mercados agrícolas gracias a que se reducen subsidios internos de otros países en el mercado mundial.

- Acudir a mecanismos de solución de controversias internacionales.
- Salvaguardas y normas de propiedad intelectual para proteger patentes, marcas y autores.

En lo negativo que podemos señalar de la apertura comercial fue el hecho de que México comenzó a importar productos agrícolas básicos como el maíz, frijol, leche y carne para abastecer el mercado interno. Además en el Rubro Industrial Textil provocó el GATT serios problemas debido a que los consumidores del país prefieren los productos textiles como son telas y ropa de marcas extranjeras por lo que las industrias nacionales disminuyeron en forma considerable sus ventas debido a que la competencia internacional ofrecía productos de muy buena calidad a bajos costos.

Se crea el PRONAFICE en el cual se establece un programa nacional de financiamiento al comercio exterior; además se le da un gran apoyo a instituciones de comercio exterior como Bancomext así como cámaras de comercio, pero sin duda el logro más importante que ha tenido México en cuanto a la apertura comercial fue la firma del Tratado de Libre Comercio con América del Norte (TLCAN) por sus siglas y que entró en vigor el 1 de enero de 1994 para sus tres miembros Estados Unidos, México y Canadá.

1.3 Crecimiento comercial en México

El crecimiento del comercio es muy importante para el desarrollo económico en el país de México, para dar un panorama general de cómo ha sido el proceso del crecimiento del comercio internacional en México nos tenemos que remontar al México precolombino del siglo XVII cuando al llegar los españoles a tierras americanas en el tiempo de la conquista descubrieron en México un territorio muy rico en mercancías, bienes y recursos naturales por lo que comienzan a explotar el oro de las minas y a exportarlo a la madre patria España, entre los productos de origen mexicano que se enviaron a Europa están los siguientes "cazo, tabaco, nopal, lana, seda, algodón, cuero, vinos, azulejos y sarapes". (2)

A parte de los metales preciosos, casi "los únicos artículos que se les permitía la exportación era la cochinilla y el índigo". (3)

Fue así mismo como México en el periodo de conquista tuvo sus primeras experiencias comerciales con países de Europa principalmente.

Al terminar el periodo de la conquista en el año de 1821 donde nuestro país logra su independencia México tiene un escaso crecimiento comercial durante varios años durante el periodo de Porfirio Díaz donde se habren las puertas a la inversión extranjera para la explotación de recursos minerales, así el verdadero crecimiento comercial comienza a partir de que la política de sustitución de importaciones deje de funcionar en el país.

Después de los años 1950 a 1970 la Balanza de Pagos registró un déficit en todos los años por lo que el crecimiento comercial del país se ve afectado ya que solo las importaciones de bienes y mercancías crecen sobre las exportaciones y éstas se deben a la venta de materias primas y el petróleo por lo que en estos años el crecimiento no es muy bueno ni favorable.

Durante el régimen de Luis Echeverría (1970-1976) se continúa con problemas en cuanto a la Balanza Comercial ya que las importaciones superan a las exportaciones.

En el gobierno de José López Portillo (1976-1982) "se reinvierte la tendencia deficitaria de la Balanza Comercial, llegando en 1982 a tener superávit después de 30 años de déficit". (4)

Después con el gobierno de Miguel de la Madrid Hurtado (1982-1988) México tiene por fin un crecimiento sostenido en cuanto a comercio se refiere ya que la Balanza de Pagos fue superavitaria debido a que en el año de 1986 México entra al GATT por lo que crecen las exportaciones sobre las importaciones con esto el país tiene un crecimiento realmente sorprendente en pocos años a partir de la entrada al GATT en 1986 y lo más importante es que nuestro país diversificó sus exportaciones y así no dependió tanto del petróleo como un producto para la exportación al extranjero principalmente para los Estados Unidos de Norteamérica.

(2) BAMFORD PARKES, Henry, La Historia de México ed Novena, Editorial DIANA, México 1993. p. 111.

(3) *Ibidem*.

(4) Méndez Morales, José Silvestre: problemas y políticas económicas de México, ed cuarta, interamericana México 1985. pp. 211-248

Con la reducción de aranceles se marcó el inicio de la apertura comercial, por lo cual se han conformado organizaciones para lograr la liberalización económica la primera organización fue el GATT que en el año de 1995 se designó como OMC Organización Mundial de Comercio.

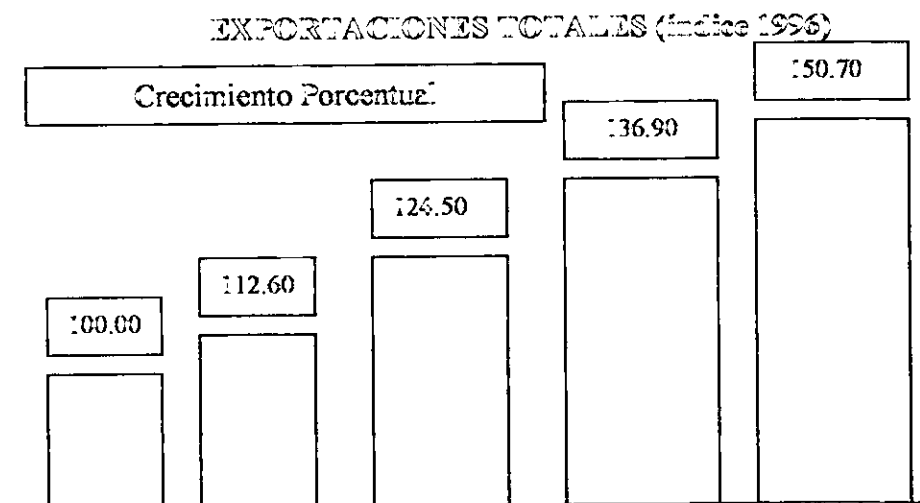
México se adhiere también con ALADI que por sus siglas significa Asociación Latinoamericana de Integración, después México se integró a la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico. Poco a poco se logra un desarrollo industrial importante con objetivos claros como mejores productos, mayor calidad y precios competitivos por lo que en el periodo de 6 años se plantea una política industrial encaminada a la modernización y de tendencia a los mercados mundiales debido a la gran corriente económica de la globalización mundial, es el periodo de Carlos Salinas de Gortari de 1988 a 1994 cuando esta política entra en marcha con grandes cambios.

Todo crecimiento debe de estar sustentado por un plan de desarrollo por lo que se instauró un programa de modernización industrial y comercio exterior con lo cual varias empresas comenzaron a conocer realmente el proceso de exportación y la cultura exportadora que implica dar a conocer el producto de un país con otro de forma satisfactoria.

En el año de 1994 se firmó el Tratado de Libre Comercio con América del Norte, conformado por los países Canadá, México y Estados Unidos de Norteamérica.

Las oportunidades comerciales y económicas después de la firma de este Tratado crecen de forma sorprendente, aunque es cierto que primero nos inunda el mercado con productos extranjeros de buena calidad y excelente precio pero después se logra tener el equilibrio en importaciones y tratando de exportar cada vez más a diferentes países por lo que se firman nuevos tratados comerciales como el acuerdo comercial con Chile, con Bolivia, el Tratado de Libre Comercio con Costa Rica, también con Venezuela, Colombia y el de la Unión Europea.

Sin duda los tratados comerciales junto con las políticas económicas y comerciales han hecho crecer el comercio exterior en México en pocos años que tiene de apertura comercial; solamente comparado este crecimiento con algunos países asiáticos como Singapur, Malasia y Hong Kong. El resultado de este crecimiento comercial lo tenemos representado en la siguiente gráfica:



* FUENTE: Mercado de Valores JULIO 1997.

1.4 La Empresa y el Comercio Exterior

En primer término se analizará el concepto de EMPRESA y como está constituida.

La EMPRESA es una unidad económica en la cual se combinan los factores diversos de la producción para obtener bienes y servicios que cubran las necesidades de los consumidores.

Ahora analizaremos cuales son los factores de la producción: Tierra, Trabajo, Capital y Tecnología. También existen en las empresas otros tipos de factores o recursos como lo son los Humanos, Financieros y los Materiales.

Toda empresa existe como tal debido a las diferentes necesidades de los individuos y sobre todo al interés de los particulares para obtener lucro y ganancia de sus insumos o productos.

Dentro de los bienes y servicios de una empresa existen algunos de buena calidad, precio y sobre todo gran demanda por lo que algunas empresas tienen necesidad de exportar algún tipo de producto siempre y cuando le convenga económicamente dar a conocer su producto a nivel internacional; es entonces cuando el concepto Empresa y Comercio Exterior van de la mano en la economía actual.

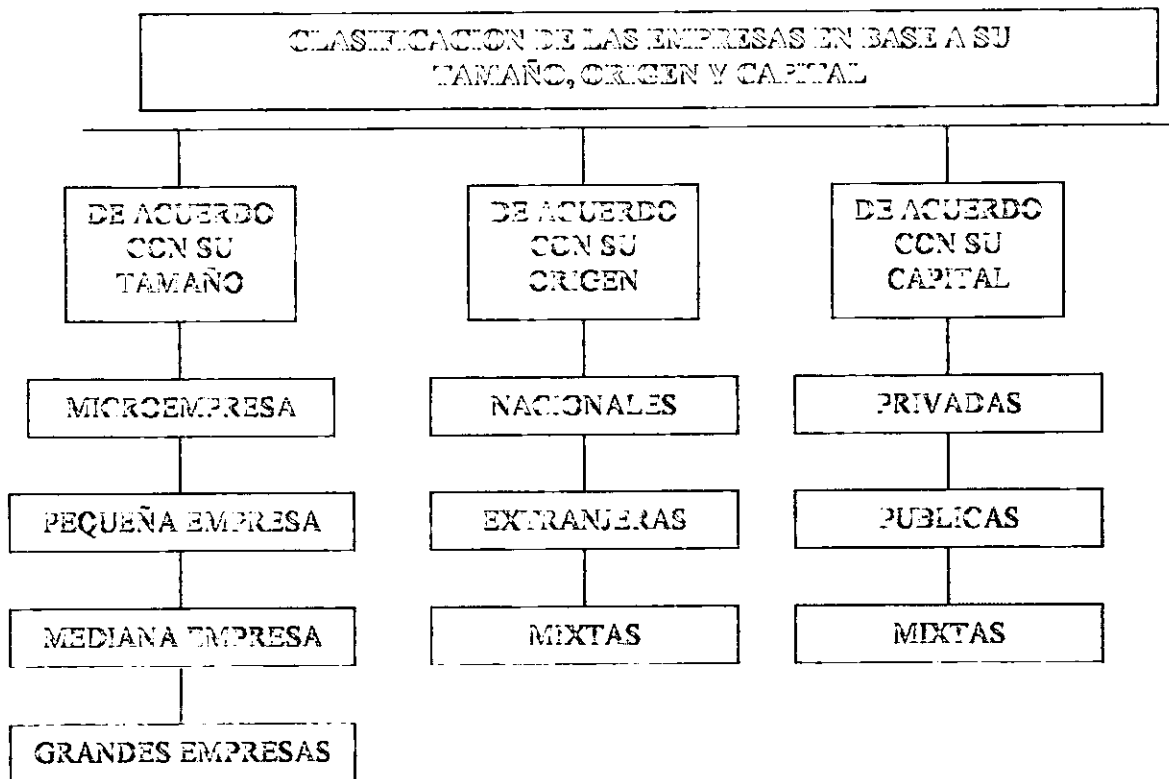
Toda empresa trabaja con un ciclo administrativo el cual en general consiste en tener una Planeación adecuada con la fijación de objetivos y metas, después se tiene la Integración y la Organización donde se deciden los pasos a seguir para que los objetivos se cumplan correctamente, la Dirección y el Control son importantes para corregir errores que se puedan presentar en cualquier empresa y por último existe la Evaluación y Retroalimentación y esto quiere decir los beneficios obtenidos y sacar conclusiones de los errores para evitarlos en un futuro.

Para conocer sobre las empresas y su funcionamiento económico se tiene la siguiente lista de las decisiones de una empresa común:

1. Fijar el nivel de producción.
2. Autorizar las compras.
3. Decidir sobre los precios de venta.
4. Decidir sobre nuevos productos.
5. Autorizar altas y bajas en recursos humanos.
6. Autorizar la emisión de títulos de valor mejor conocidos como Acciones.
7. Solicitar créditos y financiamiento.
8. Controlar el volumen de existencias (almacén).

En cuanto al nivel de productividad de las empresas de producción nacional y también aquellas empresas que lleven a cabo producción destinada al extranjero deben de cumplir con los requisitos del mercado y tener como base una buena administración de sus tres recursos: a) Humanos, b) Materiales, c) Financieros. Para que una empresa que exporta parte o la totalidad de su producción debe de conocer que exportar es vender más allá de nuestro territorio y tomar en cuenta que los productos llevan la representación de un país cualquiera que este sea; por lo cual se debe de cumplir con los recursos con los que cuenta una empresa por ejemplo con el recurso material corresponde un control sobre la maquinaria que se tiene sobre el uso de tecnología de

punta para estar a nivel internacional, sobre los recursos financieros estos son parte importante para la expansión de las empresas importantes o simplemente para iniciar una empresa. Por último los recursos más importantes con los que cuenta una empresa en la actualidad son sin duda los Recursos Humanos. Los recursos humanos son los recursos con los que cuenta la empresa que se basan con los conocimientos y las habilidades de los miembros de la propia empresa y que contribuyen en la forma de producción por ejemplo que un bien determinado tenga buena calidad por ser fabricado con alta tecnología y sin errores humanos por lo cual es importante mantener los recursos humanos en forma ideal.



Las empresas que exportan deben de tener un proceso productivo adecuado que les facilite la exportación y debe de incluir la inspección de las materias primas y la preparación de las mismas para evitar los defectos que pueden existir. En cuanto a la capacidad de producción la empresa debe de tener una gran capacidad para poder cumplir con los volúmenes de producción, por lo cual es necesario observar la capacidad ociosa que tiene la empresa además de la capacidad de producción que destina al mercado nacional y la capacidad que destina al mercado extranjero todo esto con la finalidad de conocer la capacidad de producción que tiene la empresa para lograr una ganancia y una posición dentro de los mercados internacionales.

Además de analizar la capacidad de producción dentro de la empresa y saber cuanto se destinará a la exportación se requiere además tener en cuenta las diferencias que existen entre el mercado interno y el mercado internacional, esto debido principalmente a las diferentes costumbres y hábitos que tienen en un país determinado totalmente opuestas a las de nuestro país por ejemplo diferente idioma si el país al que

exportamos es Inglaterra tenemos que utilizar el mismo idioma del importador en nuestros productos es decir, el inglés británico para que tenga éxito comercial nuestros productos, la siguiente consideración que una empresa debe de hacer antes de exportar es conocer la religión del país importador lo cual es muy importante para evitar dificultades con dicho país.

Dentro de los aspectos a tomarse en cuenta para la empresa que decida exportar está el de la planeación de las ventas internacionales, es decir conocer la época del año en el país al que se vende en que los productos tienen mayor consumo en las diferentes estaciones del año por ejemplo en Estados Unidos específicamente en Los Angeles, Cal. no sería conveniente vender sweater en verano ya que no tendría demanda, en cambio en invierno sí tendría demanda. Otra consideración para tomarse en cuenta son los gustos y preferencias de los consumidores donde influyen todos los factores como son los psicológicos y comerciales de acuerdo al país donde se realice la venta. El exportador no puede ignorar ciertos aspectos que afectan las exportaciones como son la situación política, financiera y económica de un país como son el poder adquisitivo con el que cuenta la mayoría de la población para poder consumir en forma alta o baja, las relaciones comerciales con determinado país también son importantes para realizar una exportación o no, además de los conflictos políticos si existen será mejor no arriesgar la venta. Por último sería un error no tomar en cuenta los contratos internacionales donde "se requiere el estudio profundo de las legislaciones respectivas, así como la asesoría de las instituciones de dependencia comercial, peritos en la materia". (5)

El Comercio Internacional y la Empresa son conceptos que van de la mano para lograr que la exportación de determinado producto tenga éxito en los mercados mundiales de acuerdo a las necesidades y satisfactores que se otorgan al consumidor. La mayoría de las empresas actuales son micros y medianas empresas que para ampliar su producción necesitan la obtención de créditos para la compra de nueva tecnología o el acceso a nuevos mercados.

(5) Mercado H, Salvador. Comercio Internacional I, ed tercera, Ed Limusa, México 1994, p. 40

En el siguiente cuadro se muestra como está dividida la organización de las empresas del sector textil, como se puede ver la mayoría de las empresas son micro empresas en donde trabajan de 1 a 15 trabajadores generalmente establecimientos familiares.

* UNIVERSO DE ESTABLECIMIENTOS OBJETIVO (1993)

TAMANO	ESTABLECI- MIENTOS.	PERSONAL OCUPADO	ESTABLECI- MIENTOS.	PERSONAL OCUPADO	ESTABLECI- MIENTOS.	PERSONAL OCUPADO
	T E X T I L		P R E N D A S		O T R O S	
	%	%	%	%	%	%
Micro (1-15)	86.2	12.1	91.2	22.5	94.2	14.6
Pequeña (16-100)	9.5	22.3	6.9	29.0	3.9	12.2
Mediana (101-250)	2.8	25.4	1.3	21.0	0.7	9.2
Grande (151 y más)	1.5	40.2	0.6	27.5	1.2	64.0
OBJETIVO	4.3	65.6	8.8	77.5	5.8	85.4
TOTAL	100	100	100	100	100	100

* FUENTE: Censos Económicos 1994 INEGI.

CAPITULO II. MARCO TEORICO - CONCEPTUAL

Después de haber analizado los antecedentes del comercio exterior en México, daremos inicio al segundo capítulo donde se explican los conceptos y las teorías fundamentales del comercio internacional.

Comenzaremos con una explicación de que se entiende por Teoría. Una Teoría "es el conjunto básico de supuestos y axiomas que fundamentan la investigación y un cuerpo de proposiciones lógicamente interrelacionadas y empíricamente verificables. En todos los campos científicos existen teorías que ya han sido aceptadas." (6)

Además de las teorías existen los conceptos que representan el marco conceptual del presente trabajo, concluyendo con la explicación de que es una teoría y un concepto que juntos forman el Marco Teórico-Conceptual iniciaremos abordando las principales teorías del Comercio Internacional.

2.1 Teorías del Comercio Internacional

A lo largo de la historia de la humanidad han existido diversos regímenes económicos iniciando con el esclavismo, pasando por el feudalismo y así hasta llegar a la época del Mercantilismo que tenía como principal característica el intercambio libre de productos. De esta forma los países occidentales comenzaron con un comercio regional pero más tarde evoluciona para llegar a convertirse en comercio internacional.

TEORIA CLASICA DEL COMERCIO INTERNACIONAL

Los economistas clásicos sostuvieron lo siguiente "se requiere muy poco, aparte de condiciones de paz, bajos impuestos y una tolerable administración de justicia, para que un país se desarrolle desde un estado de barbarie hasta el grado más alto de opulencia." (7)

Esta teoría clásica fue sostenida por el economista de la teoría clásica David Ricardo con lo cual nos quiere decir que los países del mundo deben aprovechar los recursos con los que cuenta de manera geográfica y buscar una especialización en la producción de artículos que tengan en su territorio principalmente aprovechar los recursos naturales que no tengan en forma abundante para poder importar de otras naciones los bienes que le hacen falta y que son producidos en mejores condiciones a las del país. Con esta teoría los clásicos sin darse cuenta crean una división internacional del trabajo, cuando cada país produce sus bienes y se especializa en producir algunos de manera que aprovecha las ventajas con las que cada país cuenta en base a sus recursos naturales.

TEORIA DEL EQUILIBRIO Y EL COMERCIO INTERNACIONAL

El principal causante de que una estructura tenga equilibrio dentro de un ámbito económico es el funcionamiento recíproco donde todo depende de todos los demás; es decir el todo depende de cada una de sus partes de manera organizada y repetitiva por ejemplo en el mercado el precio de la mercancía depende no sólo del precio de los factores productivos, también depende del precio de todas las mercancías.

(6) Chabolla R, J Manuel. Redacción de textos para el aprendizaje. Ed. 2ª, Ed. ITC, Celaya, Gto. 1992, p. 49

(7) Ricardo, David. Principios de economía política y tributación Ed. Agilar, Madrid.

Dentro de esta teoría existe una doble interdependencia por un lado los precios de las mercancías y factores productivos y por el otro las remuneraciones que se otorgan. Todos los países del mundo están en continua interdependencia que determina finalmente el equilibrio económico, dicha interdependencia consiste en que cualquier país necesita de ciertos productos de los cuales carece por lo que siente la necesidad de satisfacer sus carencias con otro país que tenga el producto por lo que se origina el comercio internacional.

TEORIA DE LA LOCALIZACION

Esta teoría sustenta que cada país tiende a la producción de sus recursos más abundantes en los cuales sus precios resulten atractivos a ciertos países y regiones. Se parte de un hecho básico porque los recursos naturales son limitados y sus distribución es desigual en todo el mundo.

Dada dicha distribución en forma desigual de los recursos naturales en el planeta se originan una serie de problemas en ciertas regiones para satisfacer sus necesidades dentro de cada uno de sus países porque entre cada una de las regiones geográficas se determina la localización de las actividades económicas, con lo cual surge por necesidades lógicas y geográficas el comercio internacional entre los diferentes países.

Cada región de un país aprovecha los recursos naturales con los que cuenta y decide explotarlos de manera constante ya que les generó ganancias económicas en determinadas actividades entonces van acumulando capital y especializándose en la producción de ciertos bienes.

La especialización antes mencionada es muy importante dentro de esta teoría ya que aportó el que cada individuo se interese por producir los artículos de los cuales goza de manera natural a precios relativamente bajos generando así un comercio entre naciones ya que ninguna región produce todo lo que requiere.

TEORIA PURA DEL COMERCIO INTERNACIONAL

Esta teoría se refiere a las ventajas que tiene el comercio internacional de acuerdo a un análisis positivo que se refiere a la "explicación y a la predicción de los acontecimientos, y por ello, a dar contestación a preguntas como: ¿por qué comercia un país de la manera que lo hace? ¿qué determina la estructura, la dirección y el intercambio entre países, y ¿cuánto se intercambiaría de cada mercancía?" (8)

El análisis de bienestar que investiga los cambios que tiene un país en relación con su demanda de bienes ya sea en aumento o disminución del consumo.

TEORIA MONETARIA DEL COMERCIO INTERNACIONAL

La principal característica de esta teoría es el análisis teórico que sirve para fundamentar en base a esta teoría monetaria a la política comercial.

Todo intercambio internacional comprende dos situaciones quien vende (exportador) y quien compra (importador) así cuando se lleve a cabo una transacción comercial se tendrán en cuenta las formas monetarias en que se realice el pago de la mercancía y de acuerdo a ciertos enfoques este pago internacional de las mercancías deberá tomar en cuenta el tipo de cambio si se paga en moneda extranjera y el tipo de interés si se pagara a crédito la mercancía comprada.

(8) Mercadeo, Salvador. Comercio Internacional I, ed 3ª, Ed Limusa México 1994. p. 14.

(9) idem, id.

El nivel de precios es muy importante dentro de esta teoría ya que "el análisis del proceso de ajuste mediante el empleo de instrumentos monetarios, cambiarios y financieros, procurando contrarrestar los efectos de los desequilibrios de la balanza de pagos en cuanto a la duración, intensidad y amplitud para restablecer el equilibrio." (9)

La teoría monetaria establece que el valor de la moneda será diferente en cada país de acuerdo a su producción nacional y a su riqueza económica.

2.2 Teoría de los Aranceles

Los economistas durante varios años han criticado a los aranceles ya que obstaculizan el libre comercio, pero durante siglos, los gobiernos han recurrido a los propios aranceles para la recaudación de ingresos y para proteger a la industria nacional.

Para comprender la teoría de los aranceles debemos definir en primer lugar que es un arancel y los tipos de aranceles que existen.

Un Arancel es el impuesto que establece un país a la entrada de ciertas mercancías, generalmente este impuesto es muy alto y reduce la importación con el fin de proteger a la industria nacional.

Existen principalmente dos tipos de Aranceles:

1. *Arancel Prohibitivo*. Es aquel tipo de arancel que es muy alto por lo que es casi imposible importar. Este arancel a diferencia de otros ahoga el libre comercio ya que las mercancías que pagará el importador están casi al doble de su precio.

2. *Arancel no prohibitivo*. Es aquel tipo de arancel, que es moderado, que si perjudican al comercio pero no lo ahogan totalmente.

Aranceles establecidos por grupos empresariales son la fuente más importante de presión, en todo el país existen dos grupos organizados que luchan por sus propios intereses lucrativos y totalmente privados. Todas las empresas del mismo rubro se interesan por la fijación de aranceles sobre los productos extranjeros ya que les ayuda para acaparar la producción nacional.

La Teoría de los Aranceles se basa en la aceptación general de que los aranceles reducen la eficiencia y el bienestar mundial ya que el flujo del comercio internacional se ve afectado por varias clases de barreras comerciales, tales como aranceles, cuotas y tipos de cambio, pero aunque esta tesis nunca se ha refutado durante cientos de años todas las naciones del mundo han impedido el libre comercio internacional a través de cuotas, reglas y barreras administrativas, es decir, la implantación de aranceles al comercio.

Los argumentos a favor de los aranceles se basan principalmente en el proteccionismo de un país para impedir con altos gravámenes que una mercancía se importe al país. La protección del mercado nacional es uno de los fuertes argumentos de esta teoría económica de un país, también puede establecer el uso determinado de aranceles a ciertos productos que les convengan. La política comercial establece el arancel además de la importación al de la exportación y se impone de tres formas:

1. *Arancel ad Valórem*. Consiste en fijar un impuesto al valor fijo de una mercancía mediante un porcentaje del valor del bien que se exporta o importa; siendo el ad valórem del 15%.

2. *Arancel Específico*. Este es un impuesto que se establece legalmente como una cantidad fija sobre una unidad física que se importe o se exporte. Por ejemplo el pago de \$500 de arancel específico por la entrada de mercancía a México por parte de un país importador así si su producto cuesta \$15,000 pagará \$500 de arancel independientemente del precio del producto.

3. *Arancel Mixto*.- Este tipo de arancel es una combinación entre el arancel ad valórem y el arancel específico.

Un importante efecto de los aranceles es la reducción en el valor de la producción a precios mundiales, es decir cuando un arancel se establece dentro de un país, el arancel hace que el bien y el producto aumente de precio dentro del mercado interno en cambio si el producto de importación logra entrar bajo un determinado arancel, el país y este producto tiene mucha demanda, dentro del mercado interno es muy probable que las empresas del país bajen el precio del mismo producto para poder competir.

Metzler en el año de 1949 descubrió el caso paradójico en el cual un arancel hace que la mercancía importada sea más barata tanto en el mercado mundial como en el mercado interno. "Conocida como la paradoja de Metzler esta posibilidad surge cuando:

- A) La demanda extranjera por importaciones es inelástica.
- B) Cuando la propensión marginal a importar del país que impone el arancel es muy baja." (10)

Esto quiere decir que el precio de una mercancía que entre al país disminuye su monto en el mercado mundial por lo cual el bien o mercancía importada puede ser más barata en el país que se impone el arancel.

El libre comercio iguala los precios de los bienes en todos los países por lo que se tiende a una mayor actividad económica a nivel internacional en cambio un arancel crea una brecha entre los precios extranjeros y los precios de los productos nacionales; en la práctica sería más benéfico para un país proteger a su industria nacional con los diferentes subsidios a la producción que con un arancel que afecta el libre comercio internacional; pero la mayoría de las políticas de los gobiernos no utilizan los subsidios porque los aranceles les generan un ingreso y porque el costo que tiene un subsidio es alto y para el consumidor es preferible un arancel que un subsidio a la producción, pero el bienestar de un país se dará cuando se equilibren los términos del intercambio internacional cuando el volumen del comercio aumente y la calidad de sus bienes sea óptima.

(10) Chacholiades, Miltiades. Economía internacional, ed 2da, Ed McGraw Hill, México, D.F. 1995 p. 179

ESCALAS DE PROTECCIÓN ARANCELARIA EN LA COMUNIDAD EUROPEA (CE), EL
JAPÓN Y LOS ESTADOS UNIDOS
(Porcentajes)

Proceso de Producción	EC		Japón		Estados Unidos	
	Nominal	Efectivo	Nominal	Efectivo	Nominal	Efectivo
Aceite de cacahuate						
Cacahuate verde	0.0	...	0.0	...	18.2	...
Aceite de cacahuate crudo y en torta	7.5	92.9	7.6	93.7	18.4	24.5
Aceite de cacahuate, refinado	15.0	186.4	10.1	324.8	22.0	64.9
Papel y productos de papel						
Troncos, brutos	0.0	...	0.0	...	0.0	...
Pasta de madera	1.6	2.5	5.0	10.7	0.0	-0.5
Papel y artículos de papel	13.1	30.2	5.9	17.6	5.3	12.8
Productos de madera						
Troncos, brutos	0.0	...	0.0	...	0.0	...
Madera aserrada	1.9	4.9	0.7	2.0	0.0	0.0
Manufacturas de madera	7.4	10.7	9.8	15.3	7.4	8.4
Productos lácteos						
Leche fresca y crema	16.0	...	0.0	...	6.5	...
Leche condensada y evaporada	21.3	44.3	31.7	154.8	10.7	30.1
Queso	23.0	58.8	35.3	175.8	11.5	34.5
Mantequilla	21.0	76.6	45.0	418.5	10.34	6.7
Tejidos de lana						
Lana bruta	0.0	...	0.0	...	21.1	...
Hilados de lana	5.4	16.0	5.0	9.3	30.7	62.2
Tejidos de lana	14.0	32.9	14.7	35.1	46.9	90.8
Tejidos de algodón						
Algodón bruto	0.0	...	0.0	...	6.1	...
Hilados de algodón	7.0	22.8	8.1	25.8	8.3	12.0
Telas de algodón	13.6	29.7	7.2	34.9	15.6	30.7
Productos de cuero						
Cueros de bovino	0.0	...	0.0	...	0.0	...
Cueros	7.0	21.4	6.2	20.2	17.8	57.4
Bienes de cuero, excluyendo zapatos	7.1	10.3	10.5	15.8	22.4	32.5
Productos de yute						
Yute bruto	0.0	...	0.0	...	0.1	...
Telas de yute	21.1	57.8	20.0	54.8	0.0	-0.9
Sacos y bolsas de yute	15.3	9.8	34.3	75.2	2.8	7.3
Aceite de nueces de palma						
Nueces de palma	0.0	...	0.0	...	0.0	...
Aceite de nuez de palma, crudo y en torta	7.0	87.1	6.4	79.1	4.2	52.3
Aceite de nuez de palma, refinado	14.0	195.9	8.0	79.2	3.4	6.1
Chocolate						
Almendras de cacao	5.4	...	0.0	...	0.0	...
Polvo de cacao y mantequilla	13.6	76.0	15.0	125.0	2.6	22.0
Productos de chocolate	12.0	-6.8	30.6	36.3	5.7	10.3

Fuente: A. J. Yeats, "Effective Tariff Protection in the United States, the European Economic Community, and Japan" Quarterly Review of Economic and Business, vol. 14 (verano), pag. 47. (Obsérvese que la Comunidad Económica Europea (CEE) ahora es la Comunidad Europea (CE).)

2.3 Política Comercial

Después de haber analizado la teoría de los aranceles en la cual el arancel es el instrumento más común de protección para el comercio exterior de un país pero no es el único, ya que las naciones pueden restringir su comercio internacional con ciertas barreras no arancelarias y ciertos instrumentos que todos en su conjunto forman la política comercial de un país.

La política comercial consiste en general en los aranceles, contingentes, barreras no arancelarias, y otros mecanismos que restringen o fomentan las exportaciones y las importaciones de una nación durante cierto periodo de tiempo. En nuestro país de acuerdo con la política económica que siga el gobierno federal se establecen los objetivos y metas de la política comercial ya sean que fomenten a las exportaciones y las importaciones de esta manera se tendrá un modelo económico de una economía abierta al comercio exterior pero también durante cierto periodo de tiempo se puede establecer una política económica cerrada o proteccionista por la cual se establecen ciertas restricciones al sector exterior sobre todo con las importaciones por lo cual la política comercial puede ser afectada por la inflación o la recesión ya que se debe mantener un equilibrio entre exportaciones e importaciones.

La política comercial tiene varios instrumentos, el principal de ellos es el arancel que restringe al comercio internacional pero también existen otros instrumentos en los cuales la política comercial se basa para lograr sus objetivos.

Una política comercial exitosa depende de una manera importante del modelo que se siga y sobre todo de los instrumentos de los que se base. El primero de estos instrumentos es el Impuesto a las Importaciones. El impuesto a las importaciones consiste en una serie de cuotas a la importación debido a que los países restringen su comercio exterior protegiendo a su mercado doméstico ofreciendo solo productos nacionales de empresas del país y poniendo impuestos a los productos extranjeros, dicho impuesto a las importaciones se puede considerar con la misma función que el arancel pero con la diferencia que en la política comercial al recibir el impuesto se denomina Costos de Licencia y en el caso del arancel Recauda Arancelario. Después tenemos el Impuesto a las Exportaciones este tipo de impuesto es poco común entre los países de llevarlo a la práctica, sin embargo, muchos países subdesarrollados de América Latina y África con frecuencia tienen cuotas sobre sus exportaciones principalmente en materias primas y alimentos básicos.

Otro instrumento dentro de la política comercial es el Subsidio a la Exportación y en general un subsidio es una ayuda económica que se le otorga a la exportación para fomentarla e incrementarla, reduciendo los precios de los bienes que se van a exportar. Esta es una medida que se puede aplicar cuando sea necesaria por parte del gobierno federal para ayudar a que la actividad exportadora aumente. Dentro de los subsidios a las exportaciones estos pueden ser de dos tipos:

1. Subsidios abiertos a las exportaciones: "Implica un pago directo por el gobierno al exportador del bien subsidiado, en proporción directa al volumen o al valor de las exportaciones." (11)

(11) Chacholindes, Miltiades. Economía Internacional, ed segunda, Ed Mc Graw, México 1995, p. 223.

2. *Subsidios cubiertos a las exportaciones:* Este tipo de subsidio brinda asistencia financiera al exportador pero de manera indirecta mediante créditos y transporte de exportación.

Dentro de las cláusulas del GATT (Acuerdo General de Aranceles y Comercio) hoy OMC Organización Mundial de Comercio existe una sobre la competencia desleal y ésta medida de subsidios a las exportaciones viola los acuerdos internacionales y es importante señalarlo ya que en países como Estados Unidos de América ya se han tomado represalias mediante el establecimiento de cuotas compensatorias para que la importación que se hace de los Estados Unidos no cause una amenaza a la industria nacional, estas cuotas compensatorias además de contrarrestar el subsidio de las exportaciones fija montos más altos que el mismo subsidio por lo que el país importador se protege de esta manera, esta medida dentro de la política comercial solo está permitida en los casos importantes en los cuales se puedan otorgar subsidios a las exportaciones; uno de los casos de mayor importancia es cuando la industria utiliza insumos importados que son objeto de impuestos a la importación y se rebaja del arancel pagado los insumos importados.

El efecto de las restricciones a las exportaciones por parte de un país importador es muy desfavorable ya que los impuestos de los aranceles los reciben los países extranjeros, estas restricciones también pueden ser de carácter voluntario que se dan cuando el país importador utiliza la advertencia al país exportador de que recorten sus exportaciones de una manera voluntaria y en determinado tiempo debido a que el gobierno del país tiene intenciones de proteger a su mercado nacional pero a veces el país diplomáticamente dice aceptar dichas restricciones pero en la práctica encuentra formas ingeniosas para eliminarlas por ejemplo los empresarios aumentan la calidad en un determinado producto y con esto aumenta la ganancia de las empresas, otra forma de evitar las restricciones a las exportaciones consiste en establecer fábricas en el extranjero en países no sujetos a restricciones a la exportación, cambiar la categoría del producto que se exporta, y otras formas para evitar las restricciones.

Dentro de la política comercial existen las barreras no arancelarias donde un país protege a su industria por medio de una política de compras del gobierno y con una protección Técnica y Administrativa.

La primera barrera no arancelaria es la regulación técnica y administrativa por parte de un país con la intención de impedir el flujo del libre comercio y las llevan a cabo con ciertas formalidades tales como un examen aduanero, regulaciones sanitarias, fitosanitarias, condiciones de marca y patrones técnicos, condiciones de seguridad y otras regulaciones administrativas.

Las otras barreras no arancelarias consisten en las políticas de compras del gobierno que incluyen compras del gobierno en grandes cantidades y estas compras tienen como fin el que los consumidores del país tiendan a comprar los productos domésticos.

Las barreras arancelarias y las barreras no arancelarias son comunes dentro de los países que quieren establecer el proteccionismo durante cierto tiempo según sea su política comercial establecida así después de haber analizado los principales instrumentos de la política comercial, las restricciones comerciales como barreras arancelarias y no arancelarias solo queda explicar que la política comercial también

puede tener dentro de algunos países lo que se conoce como competencia desleal en el comercio internacional lo que es conocido como Dumping.

El Dumping es una discriminación de los precios internacionales para elevar las ventas del país que ofrece el producto. Esta discriminación de precios quiere decir que una empresa económicamente fuerte cobra un menor precio por sus productos en el país con el que está llevando el comercio y este menor precio afecta a la industria nacional del país comprador ya que este no puede competir con tan bajos precios que decide poner una queja con su gobierno y puede acusarlo de practicar una competencia desleal por lo cual sus empresas del país comprador se ven afectadas.

Generalmente el Dumping está prohibido dentro de los países pero sin embargo se lleva a cabo por sus tipos y clases de dumping que existen como el dumping persistente, el dumping predador que generalmente es la forma más dañina del dumping ya que el producto baja sus precios en los mercados internacionales y elimina a sus competidores con lo cual gana un control del mercado extranjero, por último el dumping esporádico es una discriminación de precios durante un corto tiempo y debido a una sobreproducción por lo cual se puede dar el lujo de vender muy barato sus bienes.

Dentro de la política comercial el Tratado de Libre Comercio con América del Norte tiene mucha importancia y que se analizará en el capítulo 3.

2.4 Política Fiscal y Monetaria

Además de la política comercial el estado utiliza dentro de su actividad económica y de comercio internacional otras políticas que fomentan o restringen el intercambio comercial; dichas políticas son la política monetaria que estudiaremos en este apartado.

Comenzaremos con la política fiscal que consiste en la política que establece el gobierno para controlar el gasto público y las transferencias de bienes y servicios a través de la utilización de los impuestos.

En nuestro país cada peso recaudado en impuestos será utilizado para los gastos de gobierno en obras públicas, seguridad, gastos de la creación de hospitales y centros de salud por lo que es necesario que el gobierno de cada país controle sus gastos para que tenga un equilibrio contable.

La política fiscal será planeada por el estado de manera que el ingreso fiscal sea debidamente utilizado y que a nivel industrial y comercial los impuestos no sean excesivos ya que esto evitará que la inversión extranjera sea menor a la de los países que establecen estímulos fiscales para que las empresas nacionales y extranjeras puedan funcionar exitosamente, conviene no olvidar que no hay duda que los impuestos reducen la producción ya que cuando suben los impuestos disminuye el consumo por lo que es evidente que el gasto público de bienes y servicios no tendrá en cuenta el gasto de transferencias como el seguro de desempleo y prestaciones de tipo social únicamente tendrá en cuenta sus gastos propios.

La política fiscal en países como Estados Unidos ha sido una de sus más fuertes políticas para luchar contra las inflaciones y recesiones ya que durante las crisis causadas por la guerra y que terminan en grandes recesiones el gobierno bajo los impuestos y se salió de la recesión, gracias a esta medida económica el gasto público comprende el gasto federal en el cual las cifras de las finanzas federales son las más altas y generalmente superan la cifra que se previó, el gasto público también comprende los gastos estatales y locales donde los estados y municipios en su administración gastan el dinero en sus necesidades ya que el estado necesita recursos para cumplir con sus programas económicos y los fondos provienen de los impuestos principalmente estos gastos son hechos en autopistas, policía y seguridad, sanidad, educación y asistencia local principalmente. Los tipos de impuestos varían ya que existen varios como el impuesto sobre las ventas, impuesto sobre el valor agregado (IVA), el impuesto sobre la renta (ISR), impuesto sobre automóviles nuevos (ISAN) principalmente.

La política fiscal impositiva se ha reducido cada vez más ya que se han hecho una serie de reformas fiscales con el objetivo de reducir los impuestos sobre las personas y sobre las sociedades; con estas reformas fiscales se establecen nuevas leyes con las cuales pagarán más impuestos las personas que más ingresos tengan y pagarán menos impuestos las personas de escasos recursos económicos, lo mismo pasa con las empresas ya que se calificaron en micros, medianas y grandes empresas por lo cual los tipos impositivos se equilibraron de acuerdo al nivel de ganancia de cada empresa. Uno de los principales cambios en la política fiscal actual consistió en reducir el gasto fiscal del estado. Cuando el estado utiliza de forma coherente los impuestos se refleja en un beneficio para la sociedad quien pagará sus impuestos.

Una política fiscal expansionista da origen a un incremento en el ingreso nacional y aumenta la tasa de interés lo que en la balanza de pagos mejora la cuenta de capital por lo que una disminución en el gasto del gobierno hace que tanto el ingreso nacional como la tasa de interés disminuyan.

La creación de una nueva política fiscal en nuestro país está a consideración del gobierno federal que día con día discute si es conveniente reducir el gasto del gobierno y fomentar al comercio y a la industria del país para su crecimiento, sobre las tasas de interés el gobierno las maneja de acuerdo a lo que le convenga financieramente al país ya sean tasas de interés bajas o tasas de interés altas pero de acuerdo al principio general de la política fiscal que es buscar el equilibrio interno para que el externo sea también equilibrado.

Así, las políticas monetaria, fiscal, comercial, y en general la política económica en su conjunto, deberían actuar hacia el logro de los objetivos de la estabilización y el equilibrio macroeconómicos.

Hay que tener presente, además, el contexto en el cual se impulsa la reforma del Estado en nuestro país. En 1982, tras la crisis de la deuda, México firmó un convenio con el FMI que le proporcionó recursos frescos a cambio de la instrumentación de un programa de disciplina fiscal estricta y de ajuste económico.

Las políticas de ajuste que el gobierno mexicano debía instrumentar son:

- a) eliminación y/o reorientación de los subsidios;
- b) realización de una reforma fiscal;
- c) restricción del crédito;
- d) privatización de la mayor parte de las empresas estatales;
- e) liberalización comercial;
- f) ajuste de la paridad cambiaria;
- g) abolición de las barreras para la inversión extranjera.

Durante los primeros años, los resultados macroeconómicos del ajuste manifestaron paulatinamente logros significativos en la estabilización y el equilibrio de la economía del país.

EFECTOS DE LA NUEVA POLÍTICA FISCAL

La reforma del Estado mexicano se inicia en 1983 y, al plantearla, el gobierno buscaba lograr los siguientes objetivos:

- a) Modernizar la estructura económica, y
- b) Evitar la descomposición de los acuerdos y pactos sociales que sustentaban hasta entonces el sistema político.

La reforma del Estado en México tiene como punto de partida el reconocimiento de las fallas y excesos en el funcionamiento del Estado, con la finalidad de transformarlo. No se buscó nunca eliminarlo o reducirlo a su mínima expresión, ya que el objetivo central era hacer compatibles un mercado más libre y eficiente, con un nuevo Estado reformado como agente económico.

La reforma del Estado mexicano se centró en la crítica de los siguientes aspectos:

a) El crecimiento desmedido de empresas públicas, las cuales eran responsables en 1982 de un déficit fiscal equivalente a un 17 por ciento del Producto Interno Bruto (PIB).

b) Los excesos y las ineficiencias de los mercados sobre-regulados.

c) El carácter excesivo e indiscriminado de la política proteccionista, que promovió el desarrollo de una industria ineficiente.

d) La mala administración del considerable gasto social del Estado, orientado a la orientación de la salud, la educación y la vivienda, pero que mostró su ineficacia para atender los problemas de los grupos de extrema pobreza.

El logro de la estabilidad de precios, la promoción de las exportaciones y la estabilidad del tipo de cambio.

La recomposición de la esfera de acción del sector público no se vio acompañada de una serie de iniciativas que contribuyeran a lograr una verdadera descentralización geográfica, política, administrativa y económica, que permitieran desburocratizar y simplificar la administración pública y que buscaran fortalecer y revalorizar el papel de la sociedad civil.

Las medidas de ajuste estructural, control fiscal, promoción de inversiones extranjeras y exportaciones, y en general, todas las estrategias vinculadas al proceso de apertura y liberalización del conjunto de la economía han tenido como telón de fondo un proceso de reforma del Estado, realizado en el marco de la globalización y de los procesos de integración regional.

La reforma económica del Estado se ha limitado, casi exclusivamente, a la privatización de empresas públicas, a la desregulación de las relaciones socioeconómicas y al adelgazamiento del aparato estatal. Para lograr la recuperación de los niveles de empleo sería necesaria una reorientación de política fiscal.

Aspectos que agudizaron en la década pasada la concentración del ingreso fueron: la elevada inflación, la devaluación permanente de la moneda y la política de altas tasas de interés, al mismo tiempo, estos factores impidieron la recuperación, estimularon la especulación e incrementaron las rentas financieras.

La política de privatización de las empresas estatales es sólo uno de los aspectos, quizá no tan significativo como otros, que han influido negativamente sobre el empleo. En conjunto, las medidas de política para el ajuste económico han implicado la contracción de la demanda interna y el incremento de las oportunidades de empleo.

En 1994, la cifra oficial de desempleo abierto fue del 3.7 por ciento de la PEA total. Incluso a partir de las estadísticas oficiales se puede tener una idea aproximada de la magnitud de los problemas de desempleo y subempleo.

Hasta el momento nuestro tema ha sido la política fiscal con sus características aunque simultáneamente a la política fiscal de un país determinado existe también la política monetaria de la cual explicaremos sus características:

- 1) es la política que fija el gobierno federal en un país con el objetivo de controlar el mercado cambiario.
- 2) controlar el tipo de cambio.
- 3) fija el tipo de interés y de inversión.

Para fijar el nivel general de precios dentro de un plazo determinado como objetivos de la política monetaria podemos nombrar el lograr un nivel óptimo de

crecimiento económico, un nivel de producción óptimo y un bajo desempleo, también como uno de sus principales objetivos de la política monetaria es lograr la reducción del nivel de inflación del país.

La estructura de la política monetaria está fuertemente basada en la banca central con sus instrumentos como son las reservas federales, la tasa de interés y el mercado de capitales.

El primer instrumento de la política monetaria es la reserva federal que tiene en su estructura ciertos mecanismos que influyen en determinados objetivos como son las reservas, la oferta y el tipo de interés, todas las operaciones realizadas dentro de este instrumento de la política fiscal están encaminadas al desarrollo de la economía en el país y el banco central tiene que utilizar los instrumentos con los que cuenta para lograr el desarrollo. "Existen 3 tipos de variables:

- Operaciones de mercado abierto que son la compra y venta de bonos del estado.
- La política de la tasa de descuento, la fijación del tipo de interés llamado tasa de descuento al que los bancos miembros pueden pedir préstamos.
- La política de requisitos de reserva que consiste en la modificación de los requisitos sobre el coeficiente legal de reservas de los depósitos de los bancos y de otras instituciones financieras.

Este tipo de variables reciben el nombre de objetivos intermedios." (12)

Las reservas son cuidadosamente vigiladas por el banco central si las reservas están siendo bien llevadas por el banco central se podrán cumplir los objetivos fijados por la política monetaria como son un rápido crecimiento, un bajo desempleo y precios estables.

El segundo instrumento del cual se vale la política monetaria para cumplir sus objetivos consiste en las operaciones del mercado abierto, este instrumento es el más importante ya que mediante de sus operaciones de compra-venta de títulos del estado se puede reducir o aumentar las reservas de los bancos; entonces la banca central dispone de este instrumento para estabilizar la economía.

El banco central reúne a todos sus expertos económicos y bursátiles para decidir si aumenta sus reservas o no cada periodo de tiempo y en el caso de que decida aumentar las reservas en el sistema bancario compra letras y bonos del estado ya sea a corto o mediano plazo por lo que las operaciones del mercado abierto son un medio capaz de alterar las reservas si es que el experto equipo de economistas lo decide y envía su sugerencia al comité para vender una gran cantidad de millones de bonos y letras a quien se le venderán esos bonos, con seguridad al mercado abierto que está formado por entidades ya sean personales, físicas o morales, que llevan a cabo una negociación con letras del estado quienes a su vez los revenden a otros bancos o firmas comerciales. Para comprender los efectos de que suban o bajen las reservas en el banco central tendremos que analizar de que manera las operaciones de mercado abierto afectan las reservas y éstas como afectan al dinero circulante en el caso de que suban las

(12) Samuelson A. Paul. Economía, ed Decimocuarta, Ed. McGraw Hill, México 1995. p. 636.

reservas mayor circulación del dinero y cuando bajan las reservas contracción monetaria.

En el mercado debe existir un control en el tipo de cambio para que se especule en las transacciones.

En la política monetaria es muy importante mantener en equilibrio el dinero por las siguientes razones:

- a) por motivo de transacción que se refiere al uso del dinero de manera constante como medio de protección
- b) por motivo de precaución se refiere a la manera de mantener el dinero seguro se debe proteger para cualquier imprevisto por lo que es necesario que en las familias se fomente el ahorro manteniendo dinero extra para cualquier emergencia en caso de accidente, enfermedad de algún familiar, en caso de robo, para gastos en la educación, etc.
- c) por motivo de especulación es una manera de guardar el dinero aun cuando éste no reciba ningún tipo de interés bancario y se da generalmente en tiempos de incertidumbre, es decir, en ocasiones donde el dinero se necesita para hacer un buen negocio, o en casos de pérdida de capital y para efectos de realizar una inversión.

Para mantener el equilibrio también se depende del tipo de interés del dinero porque cuando la tasa de interés es alta el precio es relativamente bajo y cuando la tasa de interés es baja los precios son altos cuando el equilibrio es sostenido dentro del mercado de dinero se basa en los niveles del ingreso nacional y del nivel de la tasa de interés; se tendrá como consecuencia que el nivel de ingreso y la tasa de interés bancaria provoquen que la oferta sea igual que la demanda del dinero. Dentro de la política monetaria se manejan muchas variables con el fin de lograr mayores beneficios en la balanza de pagos, en la reducción de la inflación, mayor empleo y junto con la política comercial y la política fiscal lograr el cumplimiento de los objetivos planeados en la política económica del país.

Dentro de una política monetaria es muy importante el sistema bancario del país ya que el único medio legal para la acuñación de monedas y papel moneda es el Banco Central de México de él consiste la posibilidad de crear mayor papel moneda o billetes y establecer un equilibrio entre la oferta monetaria con las reservas federales, que controlan el volumen de los depósitos totales de dinero es responsabilidad del Banco Central el cumplir con los objetivos que se pretenden dentro de una coherente política monetaria.

2.5 Ley de las Ventajas Comparativas

Después de haber analizado las teorías del comercio internacional, la política fiscal monetaria y comercial, en este capítulo se ha formado la estructura del marco teórico-conceptual y como tal la ley de ventajas comparativas es importante como parte de los conceptos y teorías aceptadas como ley dentro del comercio internacional es necesario señalar que la ley de ventajas comparativas es uno de los mayores logros del pensamiento económico de los clásicos. Los de la escuela clásica señalaron que la ley de las ventajas comparativas consiste en que cualquier país del mundo se puede beneficiar de la especialización internacional de algún bien con el que cuenta de manera que logra el libre comercio con otros países que son muy eficientes produciendo determinado bien o servicio por lo cual es beneficioso para los dos países el intercambio internacional.

David Ricardo en el año de 1776 publicó su libro llamado La Riqueza de las Naciones en el cual aseguró que un país puede ser más eficiente produciendo un bien en el cual se ha especializado durante mucho tiempo y otro país que necesita el producto decide comprarlo por lo cual se llevará a cabo el comercio internacional entre naciones de acuerdo con esta ley de las ventajas comparativas.

Esta ley encuentra en la práctica el reconocimiento de dos siglos por parte del comercio internacional y de las diferentes economías de los países que han aplicado la ley de las ventajas comparativas según en la cual los individuos deben especializarse en la producción de mercancías y sacar provecho de que éstas se venderán a un precio bajo por lo cual serán muy comparativas, además de esto el grado de calidad que ofrecen las mercancías debido a que existe la especialización entre el proceso final.

La especialización existe cuando los individuos concentran sus conocimientos, experiencias y esfuerzos en una determinada tarea que permitirá que cada país cuente con sus propias ventajas de sus recursos. Esto se logra con una debida división del trabajo que consiste en dividir la producción en una serie de pasos de manera que sean trabajos muy específicos, por ejemplo, en una fábrica de fósforos un trabajador fabrica 16 docenas diarias pero de manera imperfecta, en cambio en la especialización del trabajo ahora fábrica con mayor tecnología mayores docenas con un grado de mayor perfección en la fabricación de fósforos.

En los países desarrollados la especialización y la división del trabajo son elementos fundamentales para adquirir mayores ingresos en sus economías.

David Ricardo para explicar los beneficios de la ventaja comparativa decidió medir los costos de producción en horas de trabajo, supongamos que en el continente Asiático se necesita una hora de trabajo para producir diez tornillos mientras que para producir un pantalón se llevan dos horas de trabajo; ahora bien en el continente Europeo se necesitan tres horas de trabajo para producir diez tornillos y cuatro horas de trabajo para producir el pantalón, por lo cual observamos que Asia tiene una ventaja absoluta en ambos productos, sin embargo, Asia tiene una ventaja comparativa en los tornillos, mientras Europa tiene una ventaja comparativa en la producción de pantalones ya que en Europa producir tornillos es más caro que en Asia y producir pantalones es relativamente menos caro en Europa. Partiendo de esta base David Ricardo demostró que los países se beneficiaban del comercio internacional ya que con un grado

importante de especialización en las áreas en las que tenían una ventaja comparativa, pero también la ventaja comparativa tiene sus limitaciones, la principal limitación se encuentra en que supone que la economía funciona fluidamente que los precios y los salarios son flexibles y que no existe el desempleo.

La diferencia que existe entre la ventaja absoluta y la ventaja comparativa consiste en que la ventaja comparativa contrariamente a la ventaja absoluta es un término relativo, un modelo de dos países y de dos bienes y no sólo se tendrá como en la ventaja absoluta, ventaja sobre un solo bien. Ahora, que tan cierto es suponer que un país grande tiene una gran ventaja en el comercio internacional y que el país pequeño o subdesarrollado no puede competir con los países grandes; dentro de la ley de la ventaja comparativa esta suposición es incorrecta, ya que dentro del comercio mundial, las reglas del juego no son iguales a las que prevalecen en el box donde el peleador más fuerte siempre ganará, por el contrario con el libre comercio internacional el país más pequeño saca las mayores ventajas ya que por ejemplo existen dos países, uno poderoso y desarrollado económicamente Estados Unidos, y el país pequeño Guatemala y que Guatemala tiene una ventaja comparativa en la producción de queso según su diferencia de tamaño y capacidades económicas sería casi imposible que Guatemala cumpla con satisfacer el enorme mercado en los Estados Unidos pero satisfecería una parte del mercado con bajos precios, y la otra gran parte se encargaría el mismo país de los Estados Unidos en satisfacer el mercado del queso de tal modo que el país de Guatemala saldría beneficiado por el comercio.

CAPÍTULO III. PROBLEMÁTICA ACTUAL

En este capítulo se pretende analizar los principales problemas a los que se enfrentan las industrias textiles que forman parte de la comunidad exportadora; dichos problemas principalmente representan un reto para las empresas en la actualidad de manera que todas las empresas deben aprovechar los tratados de libre comercio y preferencias arancelarias para participar en la apertura comercial de gran importancia es canalizar las diferentes empresas micro, pequeña y mediana para que puedan exportar su producción textil a los diferentes países con los que se tengan acuerdos y tratados comerciales de manera que se formen agrupaciones de empresas dedicadas a la producción del mismo rubro económico en este caso la producción textil que se puedan abastecer las demandas de los países sin ningún problema ya que en el caso de la micro y pequeña empresa no tienen la capacidad de cumplir con los pedidos y sin tener maquinaria y tecnología de punta no podrán competir en calidad y precios a nivel internacional con grandes empresas; es necesario que estas empresas formen agrupaciones con las medianas empresas para poder competir dentro del mercado nacional y en consecuencia poder exportar parte de su producción para tener en el futuro un crecimiento comercial y económico. Para lograr los estándares de calidad a nivel internacional además de la tecnología nueva y maquinaria de punta se requieren otros incentivos para que a la industria le convenga exportar como la falta de financiamiento a la micro y pequeña empresa para poder crecer, así mismo se requiere además los programas de fomento que brinde al sector público a los exportadores a las empresas mexicanas principalmente a la micro, pequeña y mediana industria de manera que conozcan las ventajas que ofrecen los programas de fomento para la exportación, que tipos de apoyo ofrecen y sobre todo una forma sencilla de tramitar el permiso para poder beneficiarse de los incentivos y programas de fomento que ofrece el sector público a las empresas mexicanas.

3.1. Incentivos y programas de fomento a las empresas Mexicanas

Dentro de la problemática actual en las empresas Mexicanas se encuentra la falta de incentivos que tienen los empresarios para poder aumentar sus exportaciones, pero existen los programas de fomento al comercio exterior mediante el cual las empresas Mexicanas buscan expandir sus mercados en el extranjero y aumentar sus ventas, su crecimiento y sus ingresos pero además de tener a su producto dentro del mercado mundial.

Los principales programas de fomento que otorga el gobierno a las empresas Mexicanas son el programa de importación temporal para la producción de artículos de importación (PITEX), el programa para empresas altamente exportadoras (ALTEX), el programa de Maquila de exportación, el programa de empresas de comercio exterior (ECEX), entre otros programas de fomento. Entre las instituciones de gobierno se encuentra el Banco Nacional de Comercio Exterior (Bancomext) que es una institución que apoya a los empresarios con un financiamiento y los incentiva a exportar su producto; de ahí la importancia del programa de fomento.

El primer programa de fomento que se explicará, es el programa de Importación Temporal para la producción de artículos de exportación mejor conocido por sus siglas como PITEX. El programa de PITEX, ofrece varios beneficios al empresario que desea registrarse. Entre los requisitos para poder obtener el registro como empresa PITEX se encuentran los siguientes:

- Copia del alta de la empresa ante la Secretaría de Hacienda y Crédito Público.
- Copia del Acta Constitutiva vigente.
- Requerimientos de importación por tipo de bien en hojas tamaño carta sin membrete.
- Copia de la declaración anual del impuesto sobre la renta ISR del último ejercicio.
- Relación de pedimentos de exportación del último año.
- Contratos y órdenes de compra sobre el valor de las exportaciones proyectadas.
- Carta anual de cada una de las empresas que realicen los procesos adicionales de transformación.
- Carta del exportador final con su R.F.C. que certifique las exportaciones especificando el valor en dólares; uso y porcentaje del total de adquisiciones que destinó a la exportación final.
- Plano de las instalaciones industriales.
- Relación de facturas de venta al exportador final con su R.F.C.
- Si la empresa importa insumos debe exportar cuando menos el 10% de sus ventas totales o valor superior a 500,000 dólares.
- Si la empresa importa maquinaria debe exportar cuando menos el 30% de sus ventas totales.

Estos son los principales requisitos y condiciones con los que debe de contar la empresa que quiera obtener el registro de PITEX de acuerdo el decreto que establece el

programa de importación temporal para producir artículos de importación después de diez días hábiles se dará a conocer si se aprobó el registro como empresa PITEX de acuerdo al trámite hecho.

De acuerdo al decreto que establece la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial (SECOFI), el programa de importación temporal para producir artículos de exportación mejor conocido como el programa PITEX se otorgará a los exportadores personas físicas o morales productoras de bienes y servicios no petroleros establecidos en el país, también se les otorgará a los exportadores indirectos que incorporen a productos que serán vendidos en el exterior.

El programa de fomento PITEX otorga a sus titulares el derecho de importar de manera temporal lo siguiente:

1. Materias primas, partes y componentes que se destinen totalmente a integrar mercancías de exportación.
2. Envases, empaques, contenedores, cajas de trailers destinadas a la exportación.
3. Los combustibles, lubricantes y diversos materiales que son auxiliares como equipo y refacciones que se utilicen dentro del proceso productivo de las mercancías que se van a exportar.
4. Maquinaria, instrumentos, moldes, herramienta para el proceso productivo de las mercancías de exportación.
5. Todos aquellos aparatos, equipos y accesorios de investigación, seguridad industrial, utilizados para la capacitación de los obreros, la informática, la comunicación del personal y sobre todo aquellos destinados a controlar la contaminación ambiental dentro del proceso productivo.

De esta manera el programa de fomento al comercio exterior PITEX ofrece distintos beneficios para que el exportador obtenga mayores ventajas. Al realizar el proceso productivo la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial (SECOFI) estará vigilando de forma constante las operaciones realizadas por la planta o industria con el registro PITEX para que cumpla con su reglamento y tendrá el derecho de consignar cuando se cometan ilícitos como cuando a la empresa le autorizó el decreto de importar materia prima para el proceso de elaboración de la mercancía que se exportará y utilizar cierto porcentaje de mermas declaradas por el titular; la SECOFI podrá verificar las cantidades de mermas declaradas para ver si cumplen con lo requerido.

En el caso de que se trate de insumos importados dentro del amparo del programa que se encuentren concesionados al país de procedencia, conforme a los acuerdos y tratados comerciales suscritos por nuestro país, en este caso el arancel preferencial será aplicable siempre y cuando el titular cuente con el certificado de origen. También la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial podrá autorizar a las empresas que operen como industrias maquiladoras de exportación y de acuerdo al decreto podrán exportar bajo plantas y proyectos específicos siempre y cuando cuenten con el registro.

Es importante también señalar que el programa de PITEX establece ciertos compromisos y obligaciones que deberá de cumplir el titular del programa, entre los

más importantes está el de mantener informado a la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial sobre las operaciones de comercio exterior realizadas bajo el registro de PITEX a más tardar el último día del mes de abril y este informe será anual. La presentación de este informe deberá de ser acompañado de un control por parte de la empresa de los inventarios tal como lo señala la Ley Aduanera, en el caso de que no se cumplan los compromisos antes citados según lo dispuesto en el decreto y en los plazos establecidos por el programa la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial, podrá cancelar el programa respectivo, además de aplicar las multas correspondientes el artículo 16 declara que las importaciones temporales y las exportaciones realizadas del amparo del programa no requerirán de permisos previos ni de autorizaciones administrativas específicas de ninguna clase salvo que los programas incluyan mercancías sujetas a dichos requisitos por razones de seguridad nacional, sanitarias, fitopecuarias y ecológicas.

En el siguiente cuadro se explicará en términos generales todo lo que comprende el programa PITEX:

Mercancía Categorías	Se autoriza A compañías	Vigencia del Programa	Permanencia en el país	Impuestos	Venta en el Territorio ncl
I. Materia prima o insumos	Exportadores de más de 500,000 US.	Cinco años prorrogables	Dos años	Ninguno DTA	30% del valor total de las exportac.
II. Envases y empaques.	Exportadores de más de 500,000 US.	Cinco años prorrogables	Dos años	Ninguno DTA	30% del valor total de las exportac.
III. a Combustible Lubricante	Exportadores de más de 500,000 US.	Cinco años prorrogables	Un año	Ninguno DTA	Sin previa regulación.
III. b Refacciones	Exportadores de más de 500,000 US.	Cinco años prorrogables	Un año	Ninguno DTA	Sin previa regulación.
IV Maquina- ria y equipo.	Que exporten más del 30% de sus ventas totales.	Cinco años prorrogables	Mientras se encuentre en vigencia el programa.	Ninguno de- recho de trá- mite adua- nero de 1.76 al millar	Sólo por medio de un contrato de comodato.
V. Diversos	Que exporten más del 30% de sus ventas totales.	Cinco años prorrogables	Mientras se encuentre vigente el programa.	Ninguno de- recho de trá- mite adua- nero de 1.76 al millar.	Sólo por medio de contrato de comodato.

Debido a la diversidad que existe en los programas de fomento cada empresa tiene la posibilidad de solicitar su registro en el programa de fomento que se adecue a sus necesidades en el caso del programa de importación temporal para producir artículos de exportación mejor conocido como PITEX ya estudiamos sus ventajas y condiciones que tiene; ahora analizaremos los requisitos y ventajas que tiene el programa para empresas altamente exportadoras o ALTEX.

Los requisitos para obtener el registro como empresa ALTEX, son los siguientes:

- Solicitud de registro.
- Copia protocolizada del Acta Constitutiva.
- Exportadores directos del 40% del valor de sus ventas totales o un valor mínimo anual de 2 millones de dólares.
- Exportadores indirectos con ventas anuales de mercancías exportadas por terceros con un valor mínimo equivalente al 50% de sus ventas totales.
- Firma de la carta compromiso por parte del Director General.
- Relación y copias de pedimentos de exportación que incluya el número de pedimento, la fecha, el valor, el concepto y sumatoria total en dólares bajo la firma al final, esto sólo los exportadores directos.
- Los exportadores indirectos deberán presentar una relación y copias de las facturas de venta a sus exportadores directos.
- Deberán demostrar ventas anuales de mercancías incorporadas a productos de exportación o exportados por terceros por un valor mínimo equivalente al 50% de sus ventas totales en el caso de ser exportadores indirectos.

Para el dictamen se presentará el decreto y el trámite, dura diez días hábiles.

El tipo de ventajas que la empresa con registro ALTEX tendrá, será entrar al programa de devolución inmediata para los contribuyentes cuando obtengan saldos a favor del I.V.A., además de contar con el acceso gratuito al sistema de información comercial de SECOFI y de BANCOMEXT.

En cuanto a las ventajas y beneficios administrativos para el exportador directo como el exportador indirecto con la posibilidad de nombrar a un apoderado aduanal para encargarse de las transacciones comerciales de las mercancías con la exención del requisito de segunda revisión de las mercancías exportadas en la aduana de salida siempre y cuando éstas hayan sido despachadas de manera previa en una aduana interior.

Se han hecho algunas modificaciones a este programa pero en general han sido de forma positiva para facilitar el trámite como el de eliminar el I.V.A. para apoyar a los exportadores.

Otro de los programas de fomento es la Empresa de Comercio Exterior (ECEX), que tiene el objetivo de propiciar el crecimiento de empresas especializadas en la comercialización internacional, esta operación de este programa se basa en el decreto para regular el establecimiento de empresas de Comercio Exterior (ECEX) que se publicó en el Diario Oficial en abril de 1997.

Para obtener la constancia como empresa de comercio exterior o ECEX se requiere:

- Una copia protocolizada del Acta Constitutiva de la empresa.

- Los estados financieros de la empresa dictaminados por un contador o auditor externo.
- Comprobantes de las actividades que realiza la empresa.
- Pago del I.S.R., llevar una copia, además de una copia del pago del I.V.A.
- Presentar solicitud en formato oficial.
- Contar con un capital social fijo de 200,000 dls.
- Tener el compromiso de exportar mercancías por 3 millones de dólares como mínimo.

De esta manera cualquier empresa que quiera establecer su registro como empresa de comercio exterior ECEX, tendrá que cumplir con estas condiciones ya señaladas por lo cual se debe de pensar en tomar la mejor decisión para la empresa. El programa de fomento ECEX tiene también beneficios para las empresas que logren su registro entre los beneficios más importantes destaca la expedición de una constancia ALTEX con todas sus facilidades además PITEX en el caso de proyecto específico siendo ECEX la única comercializadora que puede suscribir el programa de PITEX, las facilidades que administrativamente se otorgan a estas empresas son muchas y ahora tendrán la posibilidad de nombrar a un apoderado aduanal para varias aduanas, otro de los recientes beneficios consiste en la elaboración del reporte de las actividades de la empresa que era de forma trimestral y con las modificaciones recientes se presentará por un reporte anual que es entregado ante la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial en el mes de abril, otro beneficio es por parte de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público que apoyará a las empresas de Comercio Exterior para que el Banco Nacional de Comercio Exterior otorgue una reducción del 50% en el costo de los productos y servicios no financieros, además se otorgará financiamiento a las empresas de comercio exterior o ECEX que se consoliden en la exportación por parte de Nacional Financiera esto es muy importante para los proyectos de crecimiento a mediano plazo por parte de los inversionistas de la empresa ya que es un apoyo que beneficia a la empresa y al desarrollo económico del país.

Las empresas de comercio exterior presentarán a la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial un programa en el que se establezcan las diversas condiciones tratándose de empresas promotoras las siguientes actividades:

1. Elaborar los estudios de mercado convenientes así mismo elaborar catálogos para participar en eventos de promoción internacional como ferias internacionales.
2. Establecer y desarrollar una infraestructura para comercializar los productos y mercancías propias de la empresa.
3. Importancia en la elaboración del empaque del embalaje, el transporte, el adecuar los productos para la comercialización internacional.
4. Brindar asesoría a empresas en todos los trámites de carácter administrativo, aduanero y de carácter internacional.
5. Abastecimiento de las partes y componentes fabricados por los proveedores a las empresas maquiladoras.

Para mantener su registro toda empresa ECEX deberá llevar un control de inventarios conforme a lo previsto ante la Ley Aduanera, cumplimiento de requisitos

señalados y presentar ante la SECOFI un reporte en medios magnéticos de las operaciones realizadas bajo el amparo del programa del año anterior además de entregar una copia de la auditoría anterior.

MAQUILA DE EXPORTACION. Es otro programa de fomento a la exportación que surge en nuestro país a mediados de la década de lo sesenta comenzó como un programa de maquila fronteriza que se desarrolló principalmente en los estados del norte del país con el objetivo de buscar el desarrollo económico e industrial en la región para resolver el grave problema del desempleo. Además de crear empleos el programa de industrias maquiladoras para la exportación buscaba mejorar la capacitación industrial con tecnología de vanguardia. El gobierno federal permite bajo el programa de maquila que empresas extranjeras se establezcan en el país dentro de un límite de 20 kilómetros de la frontera estadounidense para que establezcan sus plantas dentro de esta zona permitida; en los territorios con problemas de empleo se brindaron concesiones tales como permitir a estas industrias maquiladoras gozar de no pagar renta por el territorio donde se establezca su nave industrial durante cierto periodo de tiempo, además de otorgar por parte del estado el pago de luz, agua y otras facilidades todo con el fin de que se establezcan muchas industrias maquiladoras que ocuparan personal mexicano. Poco tiempo después en el año de 1972 se permitió que estas industrias maquiladoras pudieran establecerse en todo el territorio nacional como se conoce generalmente las maquiladoras son plantas con un capital extranjero pero que la mayor de las veces es un capital reducido donde sólo se encargan de procesar las materias primas o ensamblar partes y componentes dentro de todo el proceso industrial.

El decreto para promover el establecimiento de empresas maquiladoras que se dediquen total o parcialmente a realizar actividades de exportación tiene ciertas condiciones que se deben de cumplir. Los requisitos para obtener el registro como empresa maquiladora son los siguientes:

- Presentar la solicitud como empresa que desea obtener el registro y se les otorgaría información básica para el programa de maquila de exportación.
- Copia certificada del Acta Constitutiva de la sociedad y sus modificaciones.
- Copia del registro en el IMSS.
- Contrato de arrendamiento o de compra del terreno ocupado.
- Copia del R.F.C. de la empresa.
- Contrato colectivo o individual de trabajo.
- Contrato de maquila legalizado.
- Copia del acta poder del representante legal de la empresa.

El trámite durará 10 días para su aprobación pero además las empresas maquiladoras deberán atender las condiciones que establece el gobierno federal como crear fuentes de empleo, fortalecer la balanza comercial del país a través de una mayor aportación de divisas, elevar la capacitación de los trabajadores, impulsar el desarrollo y transferencia de tecnología en el país.

Se entiende por maquiladora a la empresa persona física o moral a la que se le aprobó el programa de maquila y expor te su producción.

La operación de maquila es el proceso destinado, a la transformación, elaboración o reparación de mercancías de origen extranjero que son importadas temporalmente para que se exporten posteriormente.

Tipos de maquila:

- a) *Maquiladora por capacidad ociosa*.- este tipo de maquiladora se establece y se dedica a la producción para el mercado doméstico.
- b) *Maquiladora por programa*.- es la declaración de actividades como empresa de maquila de acuerdo a un formato único donde se indicarán los datos de la empresa, descripción del proceso, características del producto o servicio, lista de bienes que se propone importar temporalmente para ser utilizados en la operación de maquila.
- c) *Submaquila*.- es un tipo de maquila que se dedica a los procesos complementarios industriales y de servicios destinados a la transformación, elaboración o reparación de bienes.

Al aprobar el programa de maquiladora la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial asignará a cada empresa una clave que corresponda dentro del Registro Nacional de la Industria Maquiladora, dicha clave es muy importante ya que en los trámites deberá ser utilizada ante las dependencias de la Administración Pública Federal, sin permitir otro tipo de registro.

La vigencia que tendrá el programa está en función de los compromisos contraídos con los acuerdos internacionales, por su parte las industrias maquiladoras que operan en nuestro país tienen la opción de vender con autorización del gobierno hasta un 20% de su producción total dentro del territorio nacional y el otro 80% estará destinado a la exportación. Además la industria maquiladora goza de reducciones fiscales donde pueden efectuar las empresas importaciones temporales sin pagar impuestos a la importación siempre y cuando se utilicen para ensamblar artículos que posteriormente sean exportados.

Los productos que pueden importarse temporalmente son:

1. Materias primas, partes y piezas para ensamblar, armar, acabar, materiales auxiliares.
2. La maquinaria, aparatos, equipos para llevar a cabo dichas operaciones requeridas en el control de calidad de sus productos y para el mantenimiento de la planta o nave industrial.
3. Aparatos, equipo y refacciones de la maquinaria.
4. Todo tipo de instrumental y accesorios de producción y seguridad industrial.
5. Envases, empaques, etiquetas y planos industriales.

Principalmente los sectores automotriz de electrónica y de servicios son los más comunes dentro de la industria maquiladora.

Las empresas deberán realizar todas sus importaciones temporales iniciales dentro del plazo de un año contado a partir de la fecha de autorización del programa por parte de la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial después de vencer el plazo se deberá renovar la autorización de importación temporal.

Es importante señalar que dentro del proceso productivo de la industria maquiladora existen las mermas y los desperdicios entendiendo por merma todo lo que se consume en la producción que no se puede comprobar por ser muy difícil de contabilizar; los desperdicios son residuos de los artículos que se producen en el caso de lubricantes, combustibles y materiales auxiliares que sean utilizados en la producción serán considerados como mermas en su totalidad, en el caso de las herramientas,

refacciones se consideran como desperdicios, en ambos casos el responsable del programa deberá presentar ante las autoridades aduaneras una declaración en la cual proporcione de forma detallada la explicación del tratamiento de las mercancías, así mismo se deberá explicar en el caso de retorno de maquinaria y equipo las causas para efectuar el retorno ya sea por antigüedad mínima de 3 años o por defectos de fabricación pero sin el afán de que personas de la empresa se beneficien por hechos fraudulentos.

Los plazos que tienen las maquiladoras para poder destinar parte de su producción al mercado nacional son los siguientes:

- I. En 1994, hasta el 55% del valor total de sus exportaciones anuales del año anterior.
- II. En 1995, hasta el 60% del valor total de sus exportaciones anuales del año anterior.
- III. En 1996, hasta el 65% del valor total de sus exportaciones totales anuales del año anterior.
- IV. En 1997, hasta el 70% del valor total de sus exportaciones totales del año anterior.
- V. En 1998, hasta el 75% del valor total de sus exportaciones anuales del año anterior.
- VI. En 1999, hasta el 80% del valor total de sus exportaciones anuales del año anterior.
- VII. En el 2000, hasta el 85% del valor total de sus exportaciones anuales del año anterior.
- VIII. A partir del 2001, las ventas de las maquiladoras al mercado doméstico no estarán sujetas a ningún límite por lo que podrán destinar su producción total al mercado nacional.

En lo que se refiere al pago del arancel preferencial se aplicará siempre y cuando las mercancías hayan ingresado al territorio nacional bajo la vigencia de un tratado comercial, además se tendrá que pagar el impuesto general de importación del acuerdo del control de calidad que se aplica a los productos de exportación.

El programa de maquila tiene varias formas de operar entre las más comunes están:

1. Empresa subsidiaria de una empresa extranjera donde el capital de la misma en México es 100% extranjera. La forma de operar consiste en instalar una planta que le maquile en México a la planta matriz localizada en Estados Unidos de Norteamérica por lo que es una alternativa para operar con éxito mediante este programa.
2. Coinversión, consiste en una asociación entre inversionistas extranjeros y los nacionales de esta forma la empresa tiene más oportunidad de colocar sus productos en el mercado nacional por el trato favorable por parte del gobierno federal que otorga facilidades financieras además de estímulos fiscales.
3. Programa Shelter, este programa ayuda a la empresa extranjera a establecerse en México proporcionando tecnología, maquinaria, así como un pago de salarios por las horas que los obreros trabajen y la empresa mexicana se encarga de proporcionar los empleos, el pago del agua, luz, teléfono, transporte, servicios fiscales y aduaneros, además se encargará de llevar en forma correcta la contabilidad y las actividades fiscales.

DEVOLUCION DE IMPUESTOS DE IMPORTACION A LOS EXPORTADORES

Este es otro programa de Fomento que tiene por objetivo la devolución del arancel que cause la importación de materia prima e insumos incorporados a las mercancías producidas para la exportación.

Como condiciones para obtener el registro como programa para la devolución de impuestos de importación a los exportadores se encuentran los siguientes:

- a) Exportador Directo:
 - pedimento de importación.
 - pedimento de exportación.
 - factura de venta.
- b) Exportador Indirecto:
 - pedimento de importación.
 - constancia de exportación.
 - factura comercial.

Los exportadores directos o indirectos podrán obtener la devolución de los impuestos de importación por los insumos incorporados en las mercancías de exportación y por las mercancías que se retornen al extranjero en el mismo estado.

Para obtener la devolución de impuestos los exportadores deben presentar la siguiente documentación:

- I. Presentar ante la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial la solicitud correspondiente en los formatos que para tal efecto se expedirán.
 - II. En el caso del exportador directo se anexa una copia del pedimento de importación y exportación que amparen las mercancías.
 - III. En el caso del exportador indirecto anexar la factura de venta, copia de los pedimentos de importación, constancia de exportación cuando las mercancías se enajenen a empresas inscritas en el Registro Nacional de la Industria Maquiladora, constancia de depósito cuando las mercancías se enajenen a empresas de la industria automotriz y carta aval solidario cuando se trate de un tercero que además deberá agregar una copia de los pedimentos de exportación.
- La solicitud que el exportador deberá hacer para que se le devuelvan los impuestos causados por la importación deberá presentarse en un plazo de 90 días tratándose del exportador directo, pero en el caso del exportador indirecto en el término de 90 días hábiles a partir del día que se expida la constancia de exportación o la constancia de depósito.

Después de los plazos para la devolución de los impuestos causados por la importación; el proceso que se utiliza para calcular el monto que se devolverá al exportador es la siguiente:

- a) La cantidad en moneda nacional será pagada por concepto de impuestos de importación se dividirá entre el tipo de cambio nacional y el extranjero publicado por el Banco de México en el Diario Oficial de la Federación.
- b) El resultado de la operación anterior se multiplicará por el tipo de cambio de venta del peso con respecto al dólar de E.U. y el monto resultante será la cantidad en moneda nacional que el exportador recibirá como devolución de impuestos. Cuando las personas que obtengan la devolución de impuestos de importación quedan obligadas a presentar la documentación respectiva.

Estos son los programas de fomento más comunes entre las empresas exportadoras del país, dependerá del empresario conocer las ventajas y beneficios de cada uno de estos programas.

3.2 Productividad de la Industria Textil en el Estado de Guanajuato

La capacidad de producción es muy importante dentro de la empresa ya que de este factor depende el éxito o el fracaso posible de una empresa exportadora a quien se le exige un nivel de producción elevado que se debe de cumplir de acuerdo a un cierto tiempo y con características que se requieran como el control de calidad y operaciones posteriores.

Dentro de una empresa exportadora importante en el Estado de Guanajuato debe existir un proceso productivo que sea eficiente en todos los aspectos desde la inspección de la materia prima para la observación que no tenga defectos, después la adecuada preparación de la materia prima, después supervisar las operaciones posteriores de corte de la tela, el control de calidad en cuanto al tejido, el lavado, el planchado y el nivel de encogimiento de las prendas, todo esto de acuerdo a los requerimientos que la empresa importadora requiera.

Otro aspecto que es muy importante señalar es la capacitación y la cooperación de las compañías proveedoras de la materia prima la capacitación será encaminada principalmente a los aspectos logísticos de la entrega de la materia prima, el tipo de empaque o embalaje, carga y descarga de la misma.

En el Estado de Guanajuato día a día crece el interés por exportar gracias a los apoyos que organismos de gobierno aportan así como los organismos descentralizados del gobierno del Estado; este es el caso de las empresas textiles del Estado de Guanajuato que han decidido aprovechar su capacidad ociosa para cumplir con las demandas de producción que exigen los mercados internacionales y exportar.

La productividad de la industria textil en el edo. De Guanajuato es una de las más importantes a nivel nacional ya que actualmente existen 59 empresas textiles que exportan a países como España, Inglaterra, Estados Unidos, Costa Rica, Bolivia, Chile, Brasil, entre otros países.

Estas empresas exportadoras del edo. De Guanajuato tienen gran presencia en los mercados internacionales ya que en cuestión de mano de obra calificada, precio y calidad son muy competitivas estas empresas; la mayoría de estas 59 empresas exportadoras textiles del estado de Guanajuato se encuentran en 3 ciudades principalmente y son: Irapuato, León y Morelón Gto.

Otras empresas también se encuentran diversificadas en su producción de suéteres, chamarras, ropita de bebé, ropa de vestir, telas, hilados, camisas, uniformes industriales, chalecos, shorts, bermudas de mezclilla, overoles, gabardinas, telas de poliéster y algodón, chamarras, prendas de vestir en algodón, acrílico, lonas, entre otros productos.

La importancia que tienen los productos textiles mexicanos en el extranjero es resultado de una eficiente labor en materia comercial, aduanal y administrativa que han logrado la reducción de trámites para la exportación; el estado de Guanajuato también ha participado en la economía del país de manera activa la industria textil está tan diversificada en el estado que permite mayores oportunidades de mercado a nivel mundial no sólo el mercado de los Estados Unidos puede ser el destino de nuestras exportaciones también en Europa, Asia y Centroamérica están llegando los productos textiles de nuestro estado y de nuestro país.

Una de las principales causas que han propiciado la exportación en nuestro estado ha sido la difusión de la cultura exportadora que por parte del gobierno del estado de Guanajuato se ha llevado a todos los municipios y a todas las empresas del estado a través de conferencias, paneles y medios de difusión para dar a conocer las ventajas que propicia el comercio internacional para las empresas que tienen productos de buena calidad. Otra de las causas que está propiciando el comercio internacional en el estado de Guanajuato es la capacitación por parte de expertos en la materia comercial están dando a los ejecutivos y dueños de las industrias con las prácticas técnicas y asesorías constantes de organismos gubernamentales.

Otro medio de apoyo en el estado de Guanajuato a las exportaciones es COFOCE que ofrece asesoría comercial, promoción de lo que produce el estado a nivel internacional con sus consejerías comerciales y agencias en ciudades de gran interés comercial y económico en los Estados Unidos de Norteamérica y próximamente en ciudades de Europa que han ayudado a dar a conocer el producto textil en el extranjero; además de las ferias que a nivel internacional se ofrecen en nuestro país.

En nuestro estado la feria textil más importante es la de Moreleón donde se dan a conocer las nuevas tendencias e innovaciones de los diseños de moda de la variedad de textiles y ropa que se ofrece en el estado de Guanajuato; esta feria es importante para el mercado nacional pero también se proporciona por los medios necesarios para que clientes Norteamericanos y Sudamericanos conozcan los nuevos diseños, precios y calidad de los productos textiles y se pueda negociar con los empresarios del estado de Guanajuato para las prácticas de comercio internacional con los clientes extranjeros.

LOCALIZACION GEOGRAFICA (PRODUCCION BRUTA)

TEXTIL		PRENDAS DE VESTIR		OTROS TEXTILES CONFEC	
ENTIDAD FEDERATIVA	%	ENTIDAD FEDERATIVA	%	ENTIDAD FEDERATIVA	%
MEXICO	29.9	DISTRITO FEDERAL	41.3	MEXICO	37.9
DISTRITO FEDERAL	19.9	MEXICO	16.3	CHIHUAHUA	11.0
PUEBLA	13.4	NUEVO LEON	7.0	TAMAULIPAS	10.2
HIDALGO	8.4	PUEBLA	5.4	DISTRITO FEDERAL	7.9
JALISCO	4.9	JALISCO	4.1	PUEBLA	6.9
TLAXCALA	3.5	COAHUILA	3.0	AGUASCALIENTES	5.3
SAN LUIS POTOSI	3.2	DURANGO	2.5	SONORA	5.3
		GUANAJUATO	2.4		
SUBTOTAL	83.2	SUBTOTAL	82.0	SUBTOTAL	84.5

FUENTE: CENSOS ECONOMICOS 1994. INEGI.

De acuerdo a la presente tabla de localización geográfica de la producción en la república mexicana en el sector textil observamos que el Distrito Federal, Puebla, México e Hidalgo, son los estados de la República con mayor participación en la producción textil hasta el año de 1994.

Esta situación cambió cuando a partir de la entrada en vigor del TLCAN el estado de Guanajuato incrementó su producción textil de manera importante aunque no es el único estado que ha incrementado su producción de manera importante si es uno de los principales países exportadores de la República Mexicana.

En cuanto a la producción de las prendas de vestir observamos que en la tabla de localización geográfica el estado de Guanajuato se encuentra entre los principales productores de prendas de vestir de la República Mexicana.

Por último en el rubro de otros textiles los estados de Chihuahua, Tamaulipas, el Distrito Federal, México, Puebla, entre otros son los principales productores de la República Mexicana hasta el año de 1994.

A partir de 1995 la situación es muy favorable ya que nuestro país tiene nuevas oportunidades de libre comercio con Estados Unidos y Canadá en estadísticas de total de producción textil nacional para la exportación se incrementa al doble en el primer año de 1994 a 1995 pero gráficamente es sorprendente como la curva de la producción se eleva para los siguientes años como la producción de 1995 a 1996 aumente más del doble para obtener en 1997 un gran año.

La productividad de la industria textil ha sido muy alentadora para los próximos años en los cuales se tendrán que cuidar los estándares internacionales de calidad, servicio y precio que los productos guanajuatenses ofrecen a todas partes del mundo.

3.3 Análisis del mercado textil en México

Después de analizar el mercado textil en el Estado de Guanajuato tenemos que estudiar como se ha comportado el mercado nacional en los últimos años en el rubro de textiles para tener una clara idea de que otros estados de la República Mexicana son nuestros competidores a nivel internacional. En los últimos años se ha tenido una gran actividad exportadora por parte de nuestro país teniendo a los Estados Unidos de Norteamérica como el destino principal en la venta de textiles ya que el año de 1996 significó el 59% de las exportaciones de textiles y un 97% en prendas de vestir, esto significa que nuestro país es uno de los principales proveedores de los Estados Unidos desde que se inició con el Tratado de Libre Comercio con América del Norte (TLCAN) en el año de 1994 y conjuntamente con los Estados Unidos el otro miembro del TLCAN Canadá también registró un crecimiento desde que entró en vigor el Tratado de una actividad comercial constante.

Las exportaciones de textiles por parte de México fueron creciendo también en los países de Centro y Sudamérica, en gran parte a países de la Unión Europea así en 1996 el total de textiles exportados registraron un crecimiento porcentual del 28% en relación a 1995 y en 1997 continúa el crecimiento con un monto exportador durante los primeros 7 meses de 4,227 millones de dólares representando un 78.2% del total que se obtuvo en 1996 por lo que se continúa el crecimiento para el año de 1998.

“El crecimiento de la producción en la industria textil durante 1996 fue positivo y se observó en las cuatro ramas que conforman la industria, entre los que destaca el grupo de otros textiles confeccionados (incluye fieltros, ropa para el hogar, conchas, toallas, manteles, etc.)” (13)

En términos económicos el sector textil y de la confección obtuvo buenos resultados en el Producto Interno Bruto (PIB) ya que participó con el 1.4% del PIB Nacional y con un 7.5% del PIB de la industria manufacturera lo que significó el crecimiento de la industria textil en el año de 1996 propiamente desde el año de 1994 se comenzó con un crecimiento notable en las exportaciones del sector textil que por su gran calidad y su bajo precio se colocó en los mercados más importantes de todo el mundo.

Para analizar con más detalle la participación de la industria textil en el Producto Interno Bruto del país se presenta la siguiente gráfica:

(13) Dirección General Adjunta de promoción sectorial
BANCOMEXT, 3ra. Edición, México 1998.

PRODUCTO INTERNO BRUTO

Concepto	1993		1994			1995		
	Valor	Part %	Valor	Part %	Var. % 94/93	Valor	Part %	Var % 95/94
<u>Ind. Manufacturera</u>	<u>219,934,043</u>	<u>100.0</u>	<u>228,891,644</u>	<u>100.0</u>	<u>4.1</u>	<u>217,839,172</u>	<u>100.0</u>	<u>-4.8</u>
<u>Textil y Confección</u>	<u>15,540</u>	<u>7.1</u>	<u>15,879,187</u>	<u>6.9</u>	<u>2.2</u>	<u>15,071,947</u>	<u>6.9</u>	<u>-5.1</u>
Hil. tej. de fibras blandas	3,730,530	1.7	3,812,087	1.7	2.2	3,774,359	1.7	-1.0
Hil. Tej. de fibras duras	409,937	0.2	424,210	0.2	3.5	449,412	0.2	5.9
Otras industrias textiles	4,007,029	1.8	4,072,936	1.8	1.6	3,758,563	1.7	-7.7
Prendas de vestir	7,393,366	3.4	7,569,954	3.3	2.4	7,089,613	3.3	-6.3

	1996			1996.I		1997.I		
	Valor	Part %	Var. % 96/95	Valor	Part %	Valor	Part %	Var. % 94/93
<u>Ind. Manufacturera</u>	<u>241,487,329</u>	<u>100.0</u>	<u>10.9</u>	<u>234,966,191</u>	<u>100.0</u>	<u>249,601,799</u>	<u>100.0</u>	<u>6.2</u>
<u>Textil y Confección</u>	<u>18,018,972</u>	<u>7.5</u>	<u>19.6</u>	<u>16,481,711</u>	<u>7.0</u>	<u>17,783,776</u>	<u>7.1</u>	<u>7.9</u>
Hil. tej. de fibras blandas	4,433,813	1.8	17.5	3,972,568	1.7	4,075,076	1.6	2.6
Hil. Tej. de fibras duras	475,566	0.2	5.8	486,028	0.2	468,245	0.2	-3.7
Otras industrias textiles	4,652,720	1.9	23.8	4,363,949	1.9	5,040,705	2.0	15.5
Prendas de vestir	8,456,873	3.5	19.3	7,659,166	3.3	8,199,750	3.3	7.1

Fuente: INEGI.

Dentro de las actividades comerciales México ha sido un país que cada vez más su economía se orienta a las exportaciones, esto sin duda ha provocado que los empresarios nacionales se decidan a mejorar su maquinaria y procesos industriales para que su producto represente una competitividad dentro de los mercados internacionales.

La destacada participación de México en los mercados mundiales se debe en gran parte a la gran calidad que ha demostrado en su mano de obra, además como es barata en comparación con la de los países desarrollados se tienen productos competitivos.

Los principales destinos de las exportaciones mexicanas en la industria textil son las siguientes:

- Estados Unidos de Norteamérica con un 49%.
- Islas Caimán con un 5%.
- Argentina 5%.
- Guatemala 5%.

Para las prendas de vestir destacar:

- Estados Unidos de Norteamérica 87.2%.
- España 2%.
- Canadá 2%.
- Alemania 2%.

Las exportaciones de textiles a países miembros de la Unión Europea han sido muy importantes en los últimos años aunque México no figura entre los principales proveedores de textiles, se están abriendo nuevos mercados.

En cuanto a la participación de México en los mercados mundiales con las exportaciones de otros textiles confeccionados en el año de 1996 se encuentran las estadísticas siguientes:

- EE.UU. participación del	91.5 %.
- Brasil participación del	1.5
- Italia participación del	1.1
- Cuba participación del	0.9
- Islas Caimán participación del	0.9
- Costa Rica participación del	0.8
- Chile participación del	0.7
- Colombia participación del	0.6
- España participación del	0.4
- Canadá participación del	0.3
- Guatemala participación del	<u>0.3</u>
SUBTOTAL	99.0 %

*FUENTE SECOFI.

Esto nos quiere decir que México exporta gran parte de su producción al mercado Norteamericano y que después diversifica sus exportaciones con países miembros de la Unión Europea y con países de Centroamérica y algunos de Sudamérica.

Es importante señalar que nuestro país está exportando a países con los cuales tiene un acuerdo de libre comercio como es el caso de Estados Unidos y los países de Centro y Sudamérica.

La composición del sector textil y de la confección tiene una serie de grupos de productos que se presenta mediante capítulos dentro del sistema armonizado.

El capítulo de la seda comprende:

- Hilados de seda
- Seda cruda

El capítulo de la lana comprende:

- Lana con pelo peinado
- Lana con pelo cardado.
- Hilados de lana sin cardar.

El capítulo del algodón comprende:

- Tejidos de algodón
- Algodón sin cardar
- Hilados de algodón
- Tejido de algodón con mezclas

El capítulo de fibras sintéticas y artificiales comprende:

- Tejidos de fibras artificiales
- Fibras sintéticas
- Tejidos de fibras sintéticas

El capítulo de tejidos especiales comprende:

- Terciopelo
- Bordados
- Cintas

El capítulo de las demás fibras comprende:

- Tejidos de yute
- Tejidos de otras fibras
- Hilados de otras fibras
- Hilados de yute

El capítulo de tejidos especiales comprende:

- El terciopelo
- Los bordados
- Tejidos bucles

El capítulo de tejido impregnado comprende:

- Tejido impregnado
- Tejido cauchatado
- Los demás tejidos

El capítulo de prendas de punto comprende:

- Camisetas de punto
- Trajes sastre
- Camisas de punto

El capítulo de prendas de vestir comprende:

- Trajes sastre
- Conjuntos

- Camisas
- Abrigos

Y finalmente el capítulo de los demás textiles comprende:

- Mantas
- Sacos y talegas
- Los demás textiles

Estos son los principales productos textiles con los que cuenta nuestro país.

La importancia que tiene el sector textil en nuestro país es cada día mayor debido a la gran demanda que tienen los productos textiles por su buena calidad y bajos costos. Ahora el reto consistirá en mejorar la calidad y el servicio adicional que se proporcione al producto para el mercado internacional.

El mercado textil en México es muy competitivo y está diversificado en toda la República Mexicana, además el sector textil es uno de los sectores que se ha beneficiado por el Tratado de Libre Comercio con Costa Rica, Colombia, Bolivia y Chile. Dichos tratados comerciales han permitido que los empresarios mexicanos estén exportando actualmente de manera importante sus productos con grandes beneficios en varios países de todo el mundo. Entre los productos textiles de México donde existe competitividad se encuentran las telas sin tejer, los hilados de fibras sintéticas, las alfombras, las fibras sintéticas cardadas y sin cardar, los tejidos de algodón cruces y teñidos, los cables de filamentos artificiales, el terciopelo, tejidos de felpa, entre otras fibras artificiales que tienen como característica principal el buen trabajo de la mano de obra y el bajo precio en el mercado internacional.

Existen también oportunidades para las prendas de vestir, ya sea ropa para niño, caballero y dama, estas oportunidades incluyen lo siguiente:

- Trajes de vestir de lana, sacos y pantalones de algodón para niño y caballero
- Trajes de baño
- Camisas de todo tipo, para niño y caballero
- Suéteres, chalecos, sudaderas de fibras sintéticas, artificiales o de punto
- Camisas de algodón para caballero y niño
- Trajes de lana, pantalones de algodón de punto para hombre
- Blusas para niñas y mujeres
- Camisones y blusas de algodón
- Camisones de fibras sintéticas
- Abrigos y chaquetas

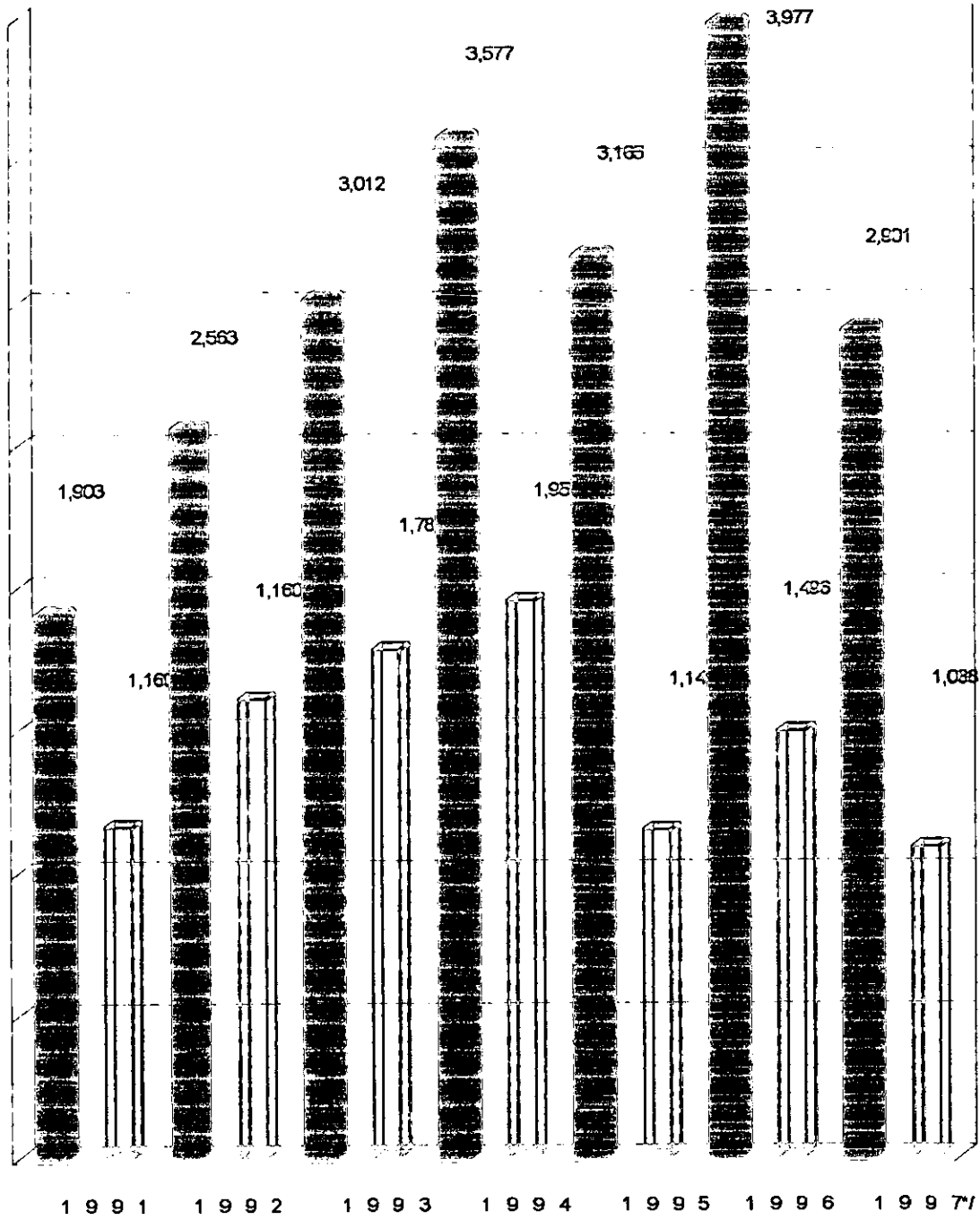
La competitividad para otros textiles está en los siguientes productos:

- Mantas
- Colchas
- Bayetas, toallas quirúrgicas
- Franelas y artículos para limpieza.

México cuenta con una gran diversidad de productos en el sector textil para ofrecerlos comercialmente al país que los demande, llegando a un acuerdo entre el cliente y el exportador de la venta de mercancía en el tiempo que lo requiera y sobre todo que el exportador mexicano pueda satisfacer los pedidos del cliente extranjero en cuanto al nivel de volumen de productos que éste requiera.

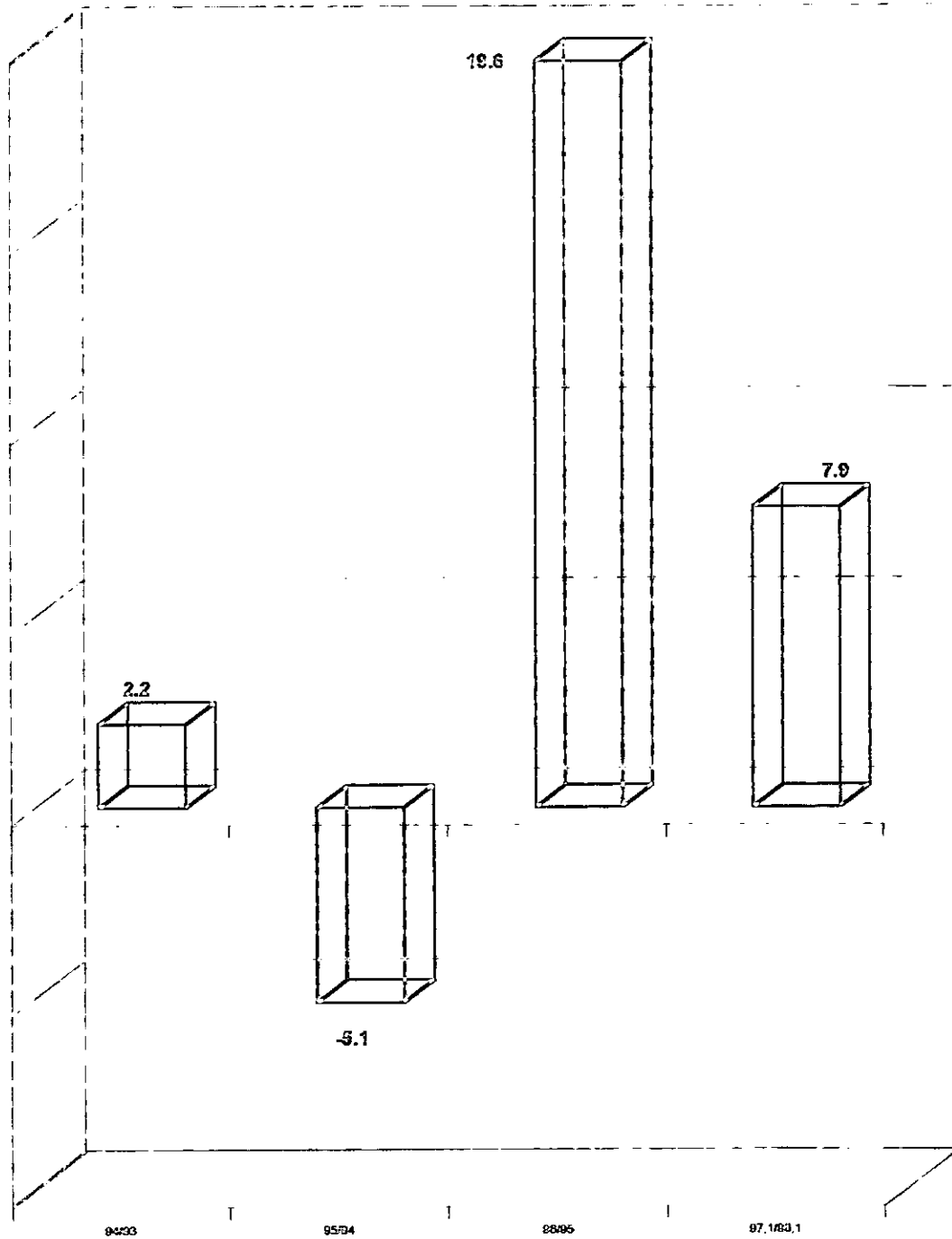
IMPORTACIONES TEXTILES Y DE CONFECCION DE MEXICO

Millenas de dólares



¹/ Enero-Julio Fuente: Banco de México

CRECIMIENTO PORCENTUAL DEL PRODUCTO INTERNO BRUTO DE LA INDUSTRIA TEXTIL Y DE LA CONFECCION.



Fuente: INEGI

3.4 Principales tendencias del Mercado Textil Mundial

Debido a la globalización de las economías en todo el mundo se abren grandes oportunidades de negocios en todos los países, la única condición que se tiene es que los productos que se van a comercializar sean de calidad y competitivos dentro del mercado mundial.

Los mercados más importantes dentro de la industria textil a nivel mundial pertenecen a los países de la Unión Europea y el país de los Estados Unidos de Norteamérica ya que representan casi un 50% de las importaciones totales en el mundo. Las empresas deben de estar preparadas para atacar nuevos mercados, además de los mercados que tradicionalmente han sido muy importantes dentro de la industria textil y de la confección tal es el caso de los Estados Unidos de Norteamérica donde se tiene un mayor consumo a nivel mundial de textiles y prendas de vestir, es importante señalar que los principales proveedores de textiles dentro de los Estados Unidos son: Canadá, México, China y Taiwan, esto quiere decir que nuestro país tiene gran capacidad exportadora en este rubro económico y que debe de conocer los aspectos más relevantes de este importante mercado, además de conocer los gustos, preferencias y costumbres de los consumidores de los Estados Unidos, es necesario evaluar el control de calidad del producto y conocer el de la competencia para mejorar el precio así como los canales de distribución en el extranjero capacitando necesariamente al personal de las empresas mexicanas para que conozcan la cultura exportadora a nivel mundial.

A partir de 1996 México se convirtió en un proveedor importante en Estados Unidos en el rubro de textiles y confección desplazando a China al segundo exportador de textiles en los Estados Unidos, éste es sin duda un logro importante del TLCAN donde México al aprovechar este tratado de libre comercio ha evolucionado en su tecnología y su manera de producir con calidad diversos productos y Estados Unidos aprovecha el bajo precio del producto debido a la mano de obra barata que ofrece México pero que es de gran calidad en todo el proceso de producción hasta llegar al producto final. También es importante señalar que se ha tenido a partir del año 1994 un grado de inversión extranjera directa muy importante en nuestro país.

Los países exportadores más fuertes en el sector textil son los países de Asia con Taiwan, Hong Kong, Corea del Sur y China que dominó hasta el año de 1995 el sector textil en los Estados Unidos, pero en Norteamérica el resultado del TLCAN (Tratado de Libre Comercio de América del Norte) fue el comienzo de países como Canadá y México para desplazar a los países asiáticos en el mercado de textiles en Norteamérica, dicho avance en el comercio internacional de textiles fue gracias a que nuestro país cuenta con mano de obra muy barata comparada con la de los principales países asiáticos como son Taiwan, Tailandia y otros países donde el costo de mano de obra es más caro que en nuestro país por lo cual se está aprovechando esta ventaja. Dentro del otro mercado importante a nivel mundial para nuestro país se encuentra el mercado de la Unión Europea quien en términos de volumen es junto con Estados Unidos uno de los mercados más grandes del mundo en textiles por lo cual estos dos países generan grandes oportunidades de nichos de mercado para nuestro país en el corto y mediano plazo. En el caso específico de la Unión Europea se tiene el dato de que el país de India es el principal abastecedor de textiles y el país de China figura entre los principales

países que exporta sus productos a la Unión Europea. Los índices de crecimiento de la población en la Unión Europea son bajos debido al índice de control de la natalidad en los países de la Unión así pues se espera que para el año 2000 "la población total de la Unión Europea será de 330 millones de personas; solo 5 millones más que la población actual". (14)

Por lo anterior se estima que la población de los niños y jóvenes sea muy escasa por lo que las preferencias serán conservadoras dedicadas a la población madura y adulta en Europa por lo que los diseños deberán de ser lo más apropiado posible para abarcar el mercado europeo.

En contraste en los Estados Unidos de Norteamérica se estima una población con una mayoría de niños y jóvenes por lo cual se tendrá que tomar en cuenta los gustos y preferencias de éstos respecto a la moda y tendencias hacia el futuro en dicho mercado se tendrán más oportunidades de colocar el producto textil ya sean telas, hilados o ropa confeccionada para tener mayor demanda de productos se debe de seguir con la cultura de calidad total en todo el proceso de producción.

Tendencias del comercio de productos textiles a nivel mundial.

- Actualmente los empresarios compiten en un mercado cada vez más competitivo por lo que deben de continuar con la fabricación de textiles de gran calidad.
- Para los próximos años se espera que la competencia se intensifique aún más.
- Para los próximos años también se espera que el tamaño del mercado mundial continúe creciendo ya que en el año 2003 se espera el consumo de 56 millones de toneladas de fibras textiles.
- Dicho aumento es caracterizado por el crecimiento en la población y por el crecimiento en la economía de los países lo cual genera mayor consumo.
- El consumo no será igual en todos los países del mundo ya que los países desarrollados consumirán la mayor parte de fibras textiles que los países en desarrollo.
- La tendencia en los mercados mundiales será con una marcada competencia entre los países en desarrollo, quienes tendrán que exportar la mayor parte de su producción a los países desarrollados que tienen un mayor consumo.
- Otra tendencia importante en el futuro será la tecnología en comunicaciones que facilitará el acortar distancias para volver más sofisticado el mundo comercial.
- En cuanto a tendencias del mercado textil mundial que generan cierta incertidumbre que se presentarán en el futuro no muy lejano se encuentran principalmente las siguientes:
 1. Los países desarrollados no van a permitir que los países en desarrollo les ganen los principales mercados textiles mundiales.
 2. Se podrán saturar los mercados en el caso que los países desarrollados no consuman la producción textil.

(14) Carrete Rodríguez Juan. Guía práctica para exportar productos textiles y de la confección, Guad., Jal. México

3. Los países desarrollados van a tener que cambiar los factores de competencia que no se basen en el precio sino en el servicio para proporcionar el producto con un valor agregado.
- Se espera que para el año 2005 las tarifas y los aranceles sean eliminados por lo que el comercio internacional de textiles sea muy competitivo por todos los países del mundo.
 - La tendencia del mercado en los niños y jóvenes serán las fibras artificiales, en cambio los adultos tienden a preferir los productos con fibras naturales como el algodón, lana, seda.
 - En el caso de los textiles confeccionados se deberá tener muy presente la moda y la época del año para que en los mercados mundiales sean competitivos nuestros productos.
 - A partir de 1997 se ganó mucho terreno en el uso de fibras sintéticas como el nylon, lycra y la mezclas sintéticas que se hagan de estos materiales.
 - En países de la Unión Europea se deberá tener en cuenta los perfiles de mercado que son muy distintos a los gustos y preferencias del mercado norteamericano por lo que se deberán hacer los estudios de mercado necesarios.

Dentro del mercado textil mundial existen algunos países que marcan la moda sobre otros que le tratan de imitar por ejemplo la tendencia en la alta confección la marca Francia con sus diseños de vanguardia; otro país que marca tendencias es Italia con alta confección, en cambio en ciudades muy importantes como New York y Londres cuentan con grandes diseñadores es que imitan dichas tendencias. Dentro de las tendencias para el mercado textil mundial es importante señalar que la moda es un factor muy importante para que se consuman diferentes tipos de telas ya sean sintéticas o naturales de acuerdo a ciertas temporadas del año.

Otra tendencia muy importante a nivel mundial es la promoción que se le de al producto dentro del mercado textil, esto se debe realizar utilizando las herramientas necesarias para promover a las empresas mexicanas de textiles, dichas herramientas serán muy importantes para dar a conocer nuestra empresa y lo que ofrece para lograr esto se deberá tener un encargado dentro de la empresa en el departamento de mercadotecnia a nivel internacional, para que tenga los contactos con los clientes en el extranjero se relacione, da a conocer al cliente lo que le puede ofrecer la empresa y en que términos podrá satisfacer sus necesidades.

El encargado del departamento de Mercadotecnia Internacional deberá consultar al gerente de ventas internacionales o de comercio exterior el nivel de posicionamiento en el mercado mundial y como proporcionar un servicio extra que no ofrece la competencia, pero lo más importante es que se haga una buena promoción de la empresa con una campaña de publicidad a nivel internacional que cuente con lo siguiente:

- Revistas especializadas.
- Páginas en internet.
- Participar en misiones comerciales.
- Recibiendo a las misiones de importadores en la empresa.
- Asistir a ferias y exposiciones internacionales en diferentes países.

Es importante que estos tipos de publicidad sean claros y que tengan el objetivo de dar a conocer nuestros servicios a los diferentes países interesados en nuestro producto, es necesario que las publicaciones de revistas y páginas en internet se manejen por lo menos en dos idiomas para la satisfacción del cliente. Por último es necesario conocer que las tendencias en el mercado textil son muy cambiantes ya que están regidas por factores climatológicos, de moda o de diseños vanguardistas aunque también se seguirán con los diseños tradicionales basados en la calidad y el precio que son lo más importante para el cliente.

PRINCIPALES PAISES PROVEEDORES
DE ESTADOS UNIDOS (1994-1999)

VALOR

<u>TEXTILES</u>				<u>PRENDAS DE VESTIR</u>			
PAISES	94	95	96	PAISES	94	95	96
CANADA	11.8	14.6	7.3	CHINA	15.3	13.2	-4.8
COREA	7.8	8.3	2.1	HONG KONG	13	10.4	-7.2
ITALIA	7.7	7.2	-2.3	MEXICO	5.4	9.9	22.4
MEXICO	3.6	7.2	25.6	TAIWAN	6.1	4.8	-7.7
TAIWAN	6.1	6.3	0.9	REP. DOMIN.	4.6	4.5	-0.7
JAPÓN	8.6	6.2	-10.6	FILIPINAS	4	3.8	-1.7
CHINA	5.8	5.4	-2.8	COREA	5.7	3.8	-12.6
INDIA	4.8	5.2	3.1	INDONESIA	3.1	3.5	4.1
ALEMANIA	5.6	4.5	-7.1	ITALIA	2.7	3.4	8.0
REINO UNIDO	4.3	3.7	-4.6	INDIA	3.6	3.3	-2.9
SUBTOTAL	66.1	68.6		SUBTOTAL	63.5	60.6	

TEXTILES

PAISES	97	98	99
CHINA	0.90	0.51	0.05
MÉXICO	20.05	23.48	17.42
INDIA	19.36	21.82	4.76
TAIWAN	13.83	15.09	4.43
COREA			
CANADÁ	41.04	45.61	13.04



3.5 Adecuación de Productos Textiles en la Exportación

Después de haber estudiado las principales tendencias del mercado textil a nivel mundial la planeación de las actividades productivas dentro de la empresa textil deben de tener dos características principales: ser precisas y concretas; por muy pequeña que sea la producción de cualquier empresa textil se debe de tomar en cuenta la planeación en base a las tendencias del mercado textil internacional en los próximos años para comprender cualquier tipo de planeación a corto o mediano plazo se necesita organizar al personal que labora en todos los departamentos de la empresa para que se logren resultados esperados, es por eso que al ejecutar la planeación se debe ser lo más claro y preciso para que no existan la incertidumbre y la duda en el proceso de producción; los encargados en los niveles más altos tanto ejecutivos como administrativos deben de ser muy concretos en lo que se quiere lograr, como se va a lograr y bajo que circunstancias se adecuarán los productos según las necesidades que exija el cliente.

Toda adecuación de un producto textil para la exportación debe ser el objetivo principal de las empresas nacionales para lograr abrirse paso en los mercados internacionales con el firme objetivo de lograr satisfacer las necesidades del comprador extranjero.

Como se van a ir adecuando cada tipo de productos para la exportación en los tiempos actuales y futuros esto será dependiendo de cada pedido que tenga la empresa por lo que es necesario que los altos ejecutivos conozcan bien los mercados donde van a entrar de manera que se producirán productos textiles muy específicos y con características especiales para cada uno de los mercados que así lo requieran.

La empresa deberá de adecuar sus productos teniendo en cuenta las oportunidades que ofrecen los mercados de la competencia para tener una información completa del potencial de ventas que la competencia tiene además de utilizar otros elementos para analizar el mercado al que se pretenda entrar, dichos elementos tienen ciertos indicadores como lo son los hábitos, gustos, preferencias de compra, ingresos del consumidor, entre otros. Esto permitirá a la empresa analizar las posibilidades que tiene de penetrar con éxito en determinados mercados y hacer las adecuaciones al producto en este caso en el rubro textil para que se logren exportaciones exitosas. La estrategia que utilice la empresa deberá de ser una decisión en base a los elementos anteriormente citados además tomar en cuenta otros factores como los religiosos, geográficos y legales.

En la exportación se deberá de tener en cuenta la capacidad de la empresa para fijar el margen de potencial de ventas que se tiene con objetivos realistas para cumplir con los compromisos, es necesario conocer a fondo las capacidades tanto de producción como de servicio postventa con las que cuenta la empresa, manejar el producto en todas sus etapas con cierto orden como por ejemplo cualquier empresa que desea exportar productos textiles deberá de estudiar primero el potencial del mercado para saber si se puede abrir paso dentro de la competencia mundial, después el siguiente paso sería fijar los objetivos que se quieren lograr dentro de la empresa, después de fijar los objetivos que deberá de tomar en cuenta el potencial de ventas que ya mencionábamos anteriormente y como último paso se deberá de tener una estrategia bien definida en el proceso operativo es decir utilizar los instrumentos necesarios para tener un producto adecuado a las exigencias del cliente, estos instrumentos que se utilizarán serán financieros y de mercadotecnia ya que se tiene que completar un proceso total.

Para controlar las operaciones de exportación se deberá de tener un control adecuado que le corresponde al departamento de comercio exterior dentro de cualquier empresa, este departamento de comercio exterior tiene que analizar los cambios que afecten al producto en los mercados internacionales, ajustar las estrategias necesarias y adecuar el producto dentro de la exportación. Una vez que se selecciona el producto la empresa decidirá el destino de sus exportaciones, esto se realizará seleccionando el mercado al cual se dirigirá el producto, en un principio se deberán ir descartando los mercados con pocos compradores, así que al ir seleccionando el país que ofrezca mejores perspectivas para que nuestro producto nos genere beneficios y ganancias cuantificables.

Para lograr una adecuada selección de mercado el primer paso es recurrir a información a través de estadísticas de importación, esto es necesario para saber cuales son los países que más consumen nuestro producto después de esto es necesario conocer el nivel de producción de las empresas que exportan y comparar con los países compradores, esto es necesario para saber si nuestra empresa requiere de grandes volúmenes de venta debido a que existe una gran demanda en nuestros productos, pero también son importantes los mercados que importan pequeñas cantidades ya que de ellos podemos obtener beneficios debido a los acuerdos comerciales o a la cercanía geográfica.

Continuando con los estudios del mercado generalmente en la estrategia de exportación resultan muy importantes ya que el estudio de mercado es "el instrumento que facilita al exportador la información necesaria para tomar la mejor decisión posible en la exportación." (15)

Dentro de la técnica para realizar un estudio de mercado preciso para la exportación es necesario la correcta interpretación de los estudios hechos a los consumidores donde se llegará a una conclusión de los gustos y preferencias de la población para saber como actúa y así cumplir con sus necesidades.

A partir de una conclusión sobre nuestros posibles consumidores se adecuará el producto en base a los gustos del cliente sabiendo de antemano donde se ubican, que necesitan, cuanta demanda existe y cuales serán nuestros posibles competidores.

De acuerdo al estudio de mercado nuestro producto deberá de contar con ciertas características especiales como son: color, diseño, dimensiones, especificaciones, técnicas, métodos de transporte, modos de embalaje, métodos de manipulación, realización de técnicas de comercialización, medios de almacenamiento, despacho de mercancías y por último el tener un adecuado sistema de identificación del producto para posibles devoluciones.

Después de seleccionar correctamente el mercado de exportación mediante los estudios de mercado, se deberá de proceder a la venta de nuestro producto mediante la utilización de ciertas estrategias comerciales. La estrategia más importante consiste en diferenciar el producto de acuerdo a sus necesidades, costumbres, zonas geográficas y adaptación de productos de tal manera que el consumidor se adapte lo más rápidamente posible a nuestro producto.

(15) Mercado, H. Salvador, Comercio Internacional I, ed. Tercera, Ed. Limusa. México 1994. p. 149

Otra estrategia consiste en la segmentación del mercado donde se tratará de adaptar nuestro producto al mercado de acuerdo a las clases sociales, razas y países. Aunque esta estrategia para las empresas resulta muy costosa debido a los estudios de varios mercados mundiales.

Las compañías que adoptan esta estrategia realizan ciertos ajustes en su nivel de producción y servicio después de venta para que tenga éxito al final recuperan la inversión que realizó la empresa y poco a poco tienen los beneficios económicos de la venta.

Por último existen las estrategias que son forzadas por los aumentos arancelarios y las disposiciones del gobierno de los países donde se va a realizar la venta.

Cuando existe el interés de un mercado extranjero sobre nuestro producto es necesario primero que nada realizarle una prueba a el producto en este caso se trata de productos textiles por ejemplo se le realizará una serie de pruebas a los suéteres, estas pruebas serán hechas en un laboratorio físico perfectamente equipado y se le someterá al producto de pruebas de resistencia, encogimiento, la prueba del tono de color requerido, etc. estas pruebas físicas serán enviadas al departamento de control de calidad de la empresa para después ser analizadas y debidamente corregidas.

Después se observará el resultado del envío de las muestras, en el caso de que este resultado sea positivo y que se tenga una oferta seria de pedidos por parte del cliente en el extranjero, se negociarán los términos económicos y de servicios post-venta, este servicio deberá de considerarse por parte de los exportadores, ya que hoy en día crece el número de clientes que requieren dicho servicio para cerrar una negociación cuando se habla de adecuar un producto para el proceso de la exportación, no debemos olvidarnos del componente más importante del producto que es la marca comercial. La marca es un factor muy importante para poder identificar el producto en los mercados mundiales.

Es obligación de la compañía proteger el prestigio ganado con años de esfuerzo de la marca principalmente si se trata de productos textiles para la exportación. La marca habla por si sola, los consumidores conocen perfectamente si el producto tiene calidad, durabilidad y garantía al saber la marca del producto que compran. Es por esta y otras razones que el uso de marcas en el mercado es tan importante que se deben proteger las marcas de diferentes maneras, la más importante consiste en el registro nacional de patentes y marcas como primer registro, pero cuando se tiene planeado exportar el producto se requiere registrar la marca del producto en el extranjero, esto debido a la gran piratería que existe en algunos mercados mundiales principalmente en el continente asiático donde otros productos tratan de duplicar o robar la marca, así como para evitar controversias legales en el futuro, es indispensable que el empresario registre su marca para ser reconocido internacionalmente como el propietario legal.

Además de cumplir con el registro internacional de marcas dentro del mercado internacional nuestro producto en este caso deberá de tomar en cuenta el ATC (Acuerdo Textiles y Ropa) que establece cuotas a la importación de textiles y ropa en países en desarrollo.

SELECCION DE PRODUCTOS

Con la adecuación del producto ya bien determinada en base a modelos, estilos y correcciones hechas se deben de plantear las líneas de productos que sean competitivos, las características de los compradores y las necesidades de distribución.

En los mercados mundiales la oferta está muy competitiva entre los productos de gran atractivo y presentación, imagen de la marca mediante publicidad en los medios de información, esto sin duda mueve a todos los sectores dentro de la empresa como son finanzas, comercialización internacional, mercadotecnia, recursos humanos, entre otros; estudiando seriamente la posibilidad de introducir un producto en un mercado extranjero se necesita tomar la mejor decisión prevista en base a las necesidades del consumidor.

En la decisión influyen las costumbres, el precio y las facilidades que se ofrecen en la compra final. Uno de los puntos más delicados es conocer la calidad del producto para saber si se complacerán los gustos más exigentes del cliente.

El sector textil es muy competido internacionalmente, pero nuestro país cuenta con una gran variedad en la línea de productos textiles de gran calidad y precios bajos.

Para decidir la exportación del producto es necesario conocer primero si el producto es el adecuado para el mercado, segundo en el caso de que no sea adecuado para el mercado se deberá de someter a ciertas modificaciones de acuerdo a las exigencias del mercado internacional.

La importancia de la adecuación de productos para la exportación es vital para tener éxito en los mercados mundiales en el caso de la adecuación de productos textiles es igualmente importante que en cualquier producto de exportación, ya que actualmente los mercados internacionales sólo consumen los productos de gran calidad y dinámica publicitaria.

Para lograr que cualquier producto tenga la misma calidad que todos principalmente si se trata de una prenda textil se requiere como primer paso comprar materias primas de primera calidad en este caso para elaborar un buen producto textil, se deberá de comprar materia prima de primera calidad como algodón, nylon, mezclilla, etc.

Después es muy importante supervisar la materia prima comprada, y observar si cumple con las exigencias de calidad que se requieren.

Al final se prepara la materia prima, mediante los procesos de fabricación, esto es muy importante para que en todos los procesos se cuiden las cualidades de las prendas, en este caso de productos textiles. Se tienen que tomar decisiones respecto al producto que se está elaborando, una de las más importantes consiste en el proceso de fabricación con elevados costos utilizando los mejores elementos que le proporcionarán mayor calidad de fabricación; en el caso de textiles por ejemplo, se compraron materias primas de primera clase, genuinas ya sean naturales o sintéticas, después se lleva a cabo el proceso de preparación y selección de materias primas, luego se continúa con el proceso de fabricación hasta llegar al teñido de la tela donde se debe de tomar la mejor decisión para utilizar un colorante de buena calidad aunque muy caro y utilizar la maquinaria que nos proporcione la mejor calidad, esta decisión es muy difícil ya que el costo de utilizar estos procesos es muy elevado, es donde el dueño de la empresa debe de apostar por la

fabricación del producto con buena calidad y no arriesgar en los procesos de fabricación porque en los mercados internacionales no les interesa la baja calidad de los productos.

Al finalizar la fabricación del producto textil se tendrán que especificar las funciones del diseño, empaque y garantías del producto. Primero tenemos que empacar el producto para su protección hasta que llega al consumidor.

El diseño del producto textil será un medio de promoción para que sea atractivo para el consumidor comprar nuestro producto.

Las garantías que ofrece nuestro producto se informarán a través de manuales para su forma de uso, forma de extracción y su contenido, además se proporciona al consumidor un cierto tiempo para reclamar o devolver el producto debido a defectos de fabricación.

En cuanto el diseño del producto no debemos olvidar los estudios de mercado realizados al país donde se llevará a cabo la venta, se deberá también de respetar las leyes del país importador ya que ciertos diseños y colores simbolizan ciertas cosas en las tradiciones de cada pueblo; y conociendo que les disgusta o que les agrada se deberá de respetar en el extranjero.

En el servicio post-venta también es necesario respetar todas las especificaciones referentes al peso neto del producto, tallas, medidas, y sobre todo la traducción correcta del idioma del país importador.

La fase de adecuación de productos textiles para la exportación termina cuando el producto está listo para ser vendido a un determinado mercado y con un precio bien determinado en base a las negociaciones con los clientes del país extranjero.

3.5.1 EMPAQUE Y EMBALAJE EN LA EXPORTACION

Después de haber adecuado el producto textil de acuerdo a las demandas de los clientes en el país extranjero del que se trate, se llevará a cabo la exportación del producto o productos textiles a determinado país.

Para realizar la exportación se requiere que el producto cuente con cierto empaque y embalaje que proporcione seguridad y protección en el manejo del producto. Mediante la adecuación de productos textiles cada producto requiere las adaptaciones necesarias para satisfacer las necesidades de gustos y preferencias del consumidor; todo esto requiere también de un empaque exclusivo para cada tipo de necesidades en este caso tratándose de cualquier producto textil, por mencionar uno si se trata de manejar telas en primer lugar es necesario saber que forma se le dará al empaque cuidando el material que se use en este caso la tela será protegida y empacada en rollos de plástico para después ver si requiere de embalaje de acuerdo a las condiciones ambientales ya sea si está en lugares húmedos de almacenaje o si se cuidará su manejo en los medios de transporte.

“Los factores que influyen en la elección del material y en la forma del empaque y el embalaje, son el peso de los productos, el costo de producción, el sistema de distribución, el tipo de mercado y otros semejantes.” (16)

(16) Mercado H. Salvador, Comercio Internacional I, 3ra. edición, Ed. Limusa. México 1994. P. 119.

A nivel internacional cada empresa en todo el mundo tiene diferentes modos de emplear el empaque de acuerdo a las necesidades del producto, pero sin duda la gran mayoría de las empresas que tienen productos para la exportación ponen mayor cuidado respecto al empaque y embalaje de sus productos, que a diferencia del mercado local, ya que la empresa se está jugando un prestigio internacional y el éxito de sus ventas dependerá de la calidad del producto y de todo el proceso logístico de la venta.

Dentro de cada empaque se deberá de incluir el nombre del producto, la marca del producto, la descripción del producto incluyendo etiquetas para comprobar el origen del producto. Cuando el empaque es el adecuado al producto se puede transformar con facilidad, incluyendo algún riesgo de manejo siempre y cuando el empaque sea el adecuado para cada uso diferente de productos.

Cuando la empresa que va a exportar no conoce realmente sobre empaques necesarios para el producto de exportación se necesita consultar a las sociedades que son especialistas y que proporcionan una asesoría completa.

Se puede presentar el caso de que cada producto tenga un empaque protector especial; en el caso de productos textiles no es tan difícil el empaque y el embalaje, por la forma del contenido se puede utilizar bolsas de plástico y cajas grandes de cartón principalmente.

El empaque y el embalaje tienen las siguientes finalidades:

- La protección del producto.
- Las descripciones del producto.
- La motivación de la venta.
- Las garantías que ofrece el producto.

En cuanto a la protección del producto todo empaque deberá de resguardar el valor económico de la mercancía. En cuestión de la motivación de la venta todo empaque deberá de tener logotipos de imagen publicitaria de acuerdo al producto.

EMBALAJES DE EXPORTACION

Dentro del embalaje de exportación se encuentran los contenedores y su gran cantidad de cajas dependiendo de cada mercancía.

Para el uso múltiple existen contenedores por secciones, contenedores sin tapa cubiertos de lona, los contenedores normalizados, y una gran cantidad de tipos y estilos.

El embalaje de la mercancía para la exportación no debe de presentar molestias contra robo o para la descarga; sin duda todos los aditamentos que tiene un contenedor son fabricados para guardar grandes cantidades de mercancía.

Dentro de los contenedores más utilizados para textiles están los cajones de madera, ideal para los rollos de telas y ropa en general.

EMBALAJE DE EXPORTACION:

Una de las características más importantes que debe tener el embalaje es la correcta utilización de materiales para evitar futuros siniestros, también para evitar reclamaciones de nuestros clientes ya que el comprador debe de recibir su mercancía en perfectas condiciones para que esté satisfecho del servicio.

El embalaje de la mercancía deberá de ser muy seguro para evitar lo más posible los robos y al momento de la estiba cuidar que la mercancía no sufra ningún daño.

Al final de este proceso se deberá de obtener el conocimiento de embarque satisfactorio de acuerdo al tipo de mercancía, el transporte, la estiba, la duración de transporte condiciones del puerto del destino, condiciones del clima y condiciones de descarga en el puerto del destino así como su almacenaje en las bodegas del comprador.

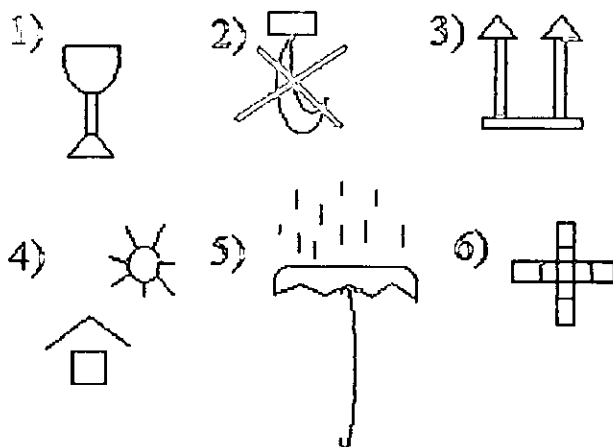
SIMBOLOS UTILIZADOS EN EL EMBALAJE DE EXPORTACION

Dentro del empaque y embalaje existen símbolos que facilitan la identificación de bultos, cajas, paquetes, etc. estos símbolos deben de ser visualizados con el nombre del consignatario, destino, rutas y marcas geométricas como círculos, triángulos y rectángulos.

También deberán utilizarse los indicadores de origen del producto donde se fabricó, por ejemplo si se trata de un producto mexicano se empleará la frase "Hecho en México" o en inglés "Made in México". Además se especificará el peso neto de la mercancía según se requiera para facilitar el tráfico de mercancías.

El uso de marcas también es importante para que el transportista tome en cuenta los símbolos que le indican tener un cuidado especial, para manipular las mercancías.

Los principales símbolos utilizados en el embalaje son los siguientes:



Estos símbolos y marcas tienen el siguiente significado:

- 1) Manéjese con cuidado.
- 2) No utilizar ganchos.
- 3) Hacia arriba.
- 4) No se exponga al calor
- 5) Manténgase en lugares secos.
- 6) Centro de gravedad.

Este significado que tienen los símbolos son reconocidos y aceptados nacionalmente, generalmente son recomendados por la organización internacional de normas y se tienen que respetar ya que en caso de que no se respeten se impondrán sanciones.

En Europa existen actualmente agrupaciones de países que fijan reglas y estándares de calidad para que los productos lleguen al cliente con el mayor cuidado posible. Los embalajes deben de ser muy ordenados por lo que forman parte de un sistema dentro de la logística de exportación.

En nuestro país también se deben de respetar los lineamientos de calidad del empaque y embalaje; en los productos textiles se aplican ciertos símbolos y marcas para el empaque como son: claves del contrato, número total del embalaje, números de referencia, peso neto y bruto, entre otros.

Ahora, estas claves, símbolos y marcas, se deberán de colocar en el centro del área de instrucciones para realizar el embalaje, se recomienda usar letras mayúsculas para que las instrucciones se observen sin ningún problema.

Con estas recomendaciones el exportador tendrá menor riesgo a sufrir extravíos de mercancía, quizás algunos empresarios no le otorguen mucha importancia al empaque o al embalaje, ya que al realizar la venta de sus productos generalmente se desentienden de la responsabilidad del manejo post-venta del producto; pero esto sin duda marca la diferencia de mantener al cliente satisfecho durante mucho tiempo, o perder el cliente por situaciones de descuido del empaque del producto que, generalmente el empaque y el embalaje forman parte de una política empresarial de calidad total. El empaque y el embalaje forman parte del proceso de exportación de mercancías, cuando esta actividad termina principia otra actividad, que consiste en la logística o ruta que seguirán las mercancías hasta ser transportadas hacia su destino final.

3.6 Ruta y Logística de Exportación

INTRODUCCION:

Comenzaremos con una definición simple y concreta de lo que es logística.

Logística: consiste en llevar un control de la circulación de los productos de exportación a través de los medios de transporte necesarios, así como distribuir el producto desde el punto de origen hasta el consumidor final.

El antecedente histórico de la logística se remonta a los períodos de guerra cuando el ejército utilizó este término para prever a la milicia de medios de transporte durante la batalla.

En cuanto a la definición de la ruta la explicación más sencilla es la siguiente:

Ruta.- es el camino debidamente planeado que seguirán las mercancías desde la empresa que vende hasta el destino que es el cliente en el país extranjero.

Dentro del sistema de logística de cualquier empresa se tomarán decisiones importantes para elegir las rutas y el tipo de transporte que se usará para enviar los productos al cliente. Esta organización de logística internacional será dividida entonces en 3 grupos importantes que son:

- a) Tráfico internacional.
- b) Elección del medio de transporte.
- c) Fletes internacionales.

3.6.1 TRAFICO INTERNACIONAL.

Comenzaremos con la definición de tráfico internacional; tráfico se define como "el conjunto de actividades que tienen por objeto la planeación y control del movimiento de inventarios, almacenamiento de mercancías y productos terminados de una línea de fabricación". (17)

De acuerdo a esta definición el tráfico internacional es una actividad que se refiere al manejo, transporte y almacenamiento de las mercancías que se reciben de proveedores extranjeros.

Uno de los objetivos principales del tráfico internacional consiste en la agilización de los embarques hacia su destino final. El encargado del área de tráfico internacional tendrá como función el control del plan de transporte desde la salida en la empresa exportadora hasta la entrega de la mercancía en el destino del país importador, también es el encargado de resolver los problemas que se presenten en aduana debido a la documentación de exportación, además es el responsable para detectar retrasos en la entrega de la mercancía, por último el gerente de tráfico internacional será el responsable de que la mercancía llegue a su destino en los plazos previamente acordados con el contacto o cliente importador.

La actividad del tráfico internacional debe de llevarse a cabo en cualquier empresa que realice operaciones de comercio internacional no importando si es pequeña, mediana o grande empresa.

(17) Mercado H. Salvador, Tráfico internacional
ed. Primera, Ed. Limusa, México 1992, p. 13

ACTIVIDADES DEL DEPARTAMENTO DE TRAFICO:

Cuando existe un departamento de tráfico internacional dentro de una empresa, este departamento será el encargado de la planeación de las rutas que han de seguir la mercancía, además, de seleccionar el mejor medio de transporte de acuerdo al precio y rapidez que requiere el cliente, por lo que el gerente del tráfico internacional deberá de conocer todos los tipos de transporte existentes, además de contactar con las diferentes compañías transportistas para comparar el servicio, calidad y precio.

Ahora bien, analizaremos paso a paso las principales actividades del departamento de tráfico:

a) Control de inventarios.- esta actividad dentro del tráfico internacional es vital, ya que si se tienen en existencia las mercancías demandadas por el cliente se tendrá el proceso de tránsito; pero si en cambio se sufre de escases de mercancías evidentemente se corre el riesgo de perder la venta del producto; es por este motivo que se debe de tener un control adecuado de las mercancías y tener inventarios a cierto nivel de acuerdo a las exigencias de ventas por lo que se debe de contar con almacenes de acuerdo al nivel potencial de ventas.

b) Almacenamiento de mercancías.- esta actividad es necesaria cuando las mercancías deben de resguardarse en un lugar seguro; donde la localización sea rápida, y se tenga un control adecuado de inventarios.

c) Manejo de materiales.- esta actividad consiste en el movimiento físico de las mercancías de manera que siempre que se requiera exista un espacio para almacenarlas y así se evite el daño de las mismas.

d) Selección de las rutas.- esta actividad le corresponde al jefe del departamento de tráfico o gerente de compras; esta selección dependerá de la urgencia del pedido y del costo de transporte. Hay algunos clientes que piden los productos con cierta urgencia, entonces se necesita utilizar ciertas medidas que ayudarán a que se siga una ruta rápida. En cambio cuando se cuenta con cierto tiempo para realizar la entrega se determinará que el envío de mercancías sea por tren o por barco, ya que es menos costoso y aunque es lento se planea con anterioridad el tiempo de entrega.

En general el método utilizado para elegir una ruta depende de las necesidades que tenga el cliente, por este motivo el cliente al hacer su pedido generalmente indica en que tiempo necesita el producto y en que medio de transporte necesita que se le embarquen las mercancías.

También existen clientes que les da igual que se utilicen diversos medios de transporte; lo único que exigen es que sus mercancías lleguen puntualmente a un bajo costo.

e) Elección del embarque.- esta actividad consiste en elegir, clasificar y describir los embarques en los cuales se transportará la mercancía. Esta elección se realizará después de que se establezcan las rutas a seguir ya sean nacionales o internacionales.

En el caso de que el tipo de embarque sea de entrada deberá de tener ciertas características como las siguientes:

- Especificar las rutas.
- Tener en consideración las cuotas y tarifas.
- Revisar las facturas.
- Checar el recibo de entrega para que se compruebe el contenido de las mercancías, así como futuras reclamaciones.

En el caso que el embarque sea de salida se considerarán las siguientes características:

- Selección de rutas.
- Tener al día las cuotas.
- Llevar a cabo las funciones de empaque y embalaje.
- Checar documentos, facturas, recibos de entrega.
- Carga de las mercancías.
- Atención al cliente en caso de reclamaciones.

f) Establecer el precio del flete de transportación.- esta actividad es una de las más importantes del gerente de tráfico, ya que presenta la oportunidad para la empresa de llevar a cabo ciertas negociaciones para obtener el mejor precio posible, este tipo de negociaciones se inician con la entrevista con los dueños de las líneas transportistas y llegar a un acuerdo para que las dos partes tengan resultados satisfactorios.

g) Operaciones del transporte de las mercancías.- dentro de esta actividad el departamento de tráfico internacional deberá de organizar las rutas, horarios y supervisar que se cumpla con las operaciones del transporte de las mercancías, también encargarse de la desviación de la ruta en caso de que sea necesario o cambiar el destino final, esta será responsabilidad única y exclusiva del gerente de tráfico quien es el que tiene el contacto directo con las líneas transportistas.

También el departamento de tráfico deberá de coordinar todas las actividades referentes al transporte de mercancías pedidas por el cliente con urgencia y bajo circunstancias de seguros de la mercancía y responsabilidad de la compañía contra daños de la mercancía.

Estas son las principales actividades del departamento de tráfico internacional de cualquier empresa exportadora; ahora lo que le corresponde a la empresa es elegir el medio de transporte que le convenga de acuerdo a sus necesidades.

3.6.2 ELECCION DEL MEDIO DE TRANSPORTE.

La elección del medio de transporte adecuado, se deberá de hacer tomando en cuenta ciertas características del producto que se va a exportar, como es el peso del producto, el volumen de ventas, su grado de fragilidad o resistencia, también es necesario conocer las distancias que aumentan el costo de las líneas transportistas, las diferentes condiciones del clima, la urgencia del importador, y sobre todo las preferencias que tiene el cliente en cuanto a medios de transporte.

El departamento de tráfico es el encargado de elegir el transporte que la empresa deberá de utilizar según la urgencia y el volumen de sus productos. Es importante que los productos de México lleguen en condiciones competitivas al mercado exterior, también es conveniente que los productos mexicanos lleguen de forma segura hasta el cliente en el país extranjero.

La elección del medio de transporte, se hace calculando el costo de cada transporte y de acuerdo a las exigencias del cliente en cuanto el tiempo de entrega de productos.

Un método muy práctico para elegir el medio de transporte que se va a utilizar consiste en elaborar una tabla comparativa entre los distintos tipos de transporte que se

pueden rentar y el costo de los mismos, en base a las ventajas o desventajas que se tienen con la elaboración de las tablas se tomará la mejor decisión en la elección del medio de transporte.

Para elegir el transporte adecuado la empresa exportadora deberá de conocer los diferentes tipos de transporte que se dividen en 4 grupos principalmente que son los siguientes:

- a) Transporte terrestre (Autotransporte).
- b) Transporte marítimo.
- c) Transporte ferroviario.
- d) Transporte aéreo.

a) Transporte terrestre:

También conocido como autotransporte, este medio de transporte cuenta con una amplia gama de servicios, al contratar una línea de autotransporte la empresa exportadora deberá conocer las ventajas que le permitan un mejor aprovechamiento de su servicio y también deberá de conocer los riesgos o desventajas que deberán de tomarse en cuenta por el exportador.

Una de las ventajas con las que cuenta nuestro país para el transporte terrestre, es la infraestructura en carreteras ya que estas se caracterizan por una comunicación entre las principales ciudades del país, además dos puntos estratégicos tales como puertos, aduanas y fronteras en todo el país.

Es importante mencionar que de acuerdo con la Secretaría de Comunicaciones y Transportes existen leyes, reglamentos, concesiones y autorizaciones de los medios de autotransporte en todo el país. La legislación de la República Mexicana establece que solo le corresponde a nuestro país la libre circulación y tránsito de las carreteras mexicanas, por consecuencia las líneas transportistas están reguladas por las Leyes del Transporte Público Federal. Actualmente con el Tratado de Libre Comercio con América del Norte (TLCAN) existen acuerdos para permitir la circulación de vehículos mexicanos en la Frontera de los Estados Unidos por cuestiones de exportación. Sin embargo no existen acuerdos internacionales con otros países para que vehículos extranjeros de carga se internen en territorio nacional, ni viceversa. Lo que actualmente existe son convenios con los países miembros del TLCAN que son Estados Unidos y Canadá, estos convenios como anteriormente se señalaba permite el movimiento libre de camiones hasta llegar con la mercancía al cliente norteamericano o canadiense. El transporte terrestre cada día tiene mayor demanda debido a las ventajas que ofrece en comparación con las deficiencias del servicio ferroviario.

El autotransporte de carga en nuestro país se divide en servicio particular y en servicio público Federal.

-El transporte de servicio particular es aquel con el que cuenta la empresa, por lo que cumple con las necesidades propias de la empresa, utiliza los vehículos para transportar sus productos hasta el cliente por lo que debe de contar con un registro de cada uno de sus vehículos como servicio de carga particular.

-El transporte público federal es aquel que cuenta con un servicio por parte del gobierno federal para el libre tránsito y circulación por las carreteras nacionales, pero a diferencia del transporte particular, el autotransporte público federal cuanta con una tarifa de carga que es válida en todo el país.

Existen empresas o compañías de transporte de carga que cuentan con socios en todo el país y están divididas de acuerdo a zonas del país, estas compañías o líneas de autotransporte de carga cuentan con varias rutas en todo el país; pero en ocasiones es necesario llegar a rutas donde la compañía no puede llegar por lo que el exportador en ocasiones debe de contratar a dos compañías para que lleguen a la aduana o puerto donde se acordó que llegara la mercancía.

La responsabilidad de la línea transportista en caso de robo o percance de la carga se limita en relación a lo que pesa la mercancía, en caso de que el autotransporte de carga sufra daños por accidente también tendrá responsabilidad la línea transportista. En el caso de que se contraten varias líneas de autotransporte, el último en recibir la carga tiene que entregarla como la recibió del primero en perfectas condiciones y con los documentos que prueben la veracidad de haber recibido las mercancías en buen estado.

Ahora bien, si el exportador desea asegurar las mercancías esto se puede hacer con la misma línea transportista, ahí le informarán al exportador o gerente de tráfico las condiciones y precios del seguro dependiendo del grado de protección del que se trate. Cuando se contrata una línea de autotransporte público Federal de carga los encargados de las actividades de comercio exterior de la empresa deberán de informar a la línea de autotransporte el contenido exacto del contenido de los bultos sin actuar con actos fraudulentos con el afán de obtener un precio más barato, ya que no es responsabilidad de la línea transportista si éste sufre daños, por no especificar en la declaración el exportador la clasificación de la carga.

Tarifa de carga en el autotransporte:

La Secretaría de Comunicaciones y Transportes se ha encargado de fijar las reglas para el autotransporte ya sea público Federal, o alguna otra línea de autotransporte, estas reglas están encaminadas a la aplicación de los costos o tarifas de acuerdo al servicio que se preste, una cuota común es aquella que se aplica de acuerdo a los kilómetros, otra es aquella de fijar la tarifa en base a la cantidad de la mercancía y el peso que tiene ya sea en kilos o en toneladas, otra tarifa será fijada en base a la clasificación de la mercancía y que distancia recorrerá hasta el destino final.

Casos especiales donde aumentan las tarifas:

Las tarifas podrán aumentar en algunos casos donde la línea de autotransporte considere que se trate de circunstancias especiales que están dentro del reglamento entre las cuales están las siguientes:

-En el caso de que la línea de autotransporte determine que la ruta debe de pasar por caminos empedrados y carreteras sin pavimentar.

-En el caso de que cada bulto, caja o pieza tenga un peso superior a los 200 kilos y se tenga que pagar por concepto de carga o descarga.

b) Transporte aéreo:

Se caracteriza por su capacidad de llegar a todos los lugares del mundo en cortos lapsos de tiempo; es un medio de transporte especial para aquellos exportadores que necesiten enviar sus mercancías de manera rápida y segura. Las mercancías que se transporten por avión tendrán la gran ventaja de que su forma de carga, descarga y manipulación, serán de forma muy segura, además los riesgos contra robos son mínimos, los riesgos de que la mercancía se maltrate también son mínimos, por lo que el exportador se sentirá muy confiado con este medio de transporte.

Otra ventaja con la que cuentan las líneas aéreas es la de contar con escalas comerciales en las principales ciudades del mundo aún se trate de países lejanos.

El costo del transporte aéreo dependerá de las situaciones propias del flete como son urgencia, distancia y consideraciones especiales del embarque de mercancías. Se puede pensar que los costos del transporte aéreo son los más altos comparados con el autotransporte, el transporte marítimo, y el transporte ferroviario, pero en realidad el transporte aéreo puede resultar más económico si se utilizan todas sus ventajas ya que de esta manera se evitará que, por ejemplo en el transporte de una mercancía se utilizan hasta 2 o 3 embarques para llegar a su destino final, en el transporte aéreo se tendría un solo embarque y resultaría más fluida la distribución del producto.

c) Transporte marítimo:

Este es el medio de transporte más utilizado por las compañías exportadoras en el país, cuando una empresa decide enviar su mercancía por barco conoce del respaldo y la experiencia que dichas compañías tienen en todo el mundo, es también necesario señalar que la mitad de las importaciones y las exportaciones se mueven por el transporte marítimo.

En México el transporte marítimo está creciendo día con día por lo que se está modernizando para cumplir todas las demandas del cliente. Los medios de comunicación en el transporte marítimo han sido muy importantes y se han coordinado nuevas rutas, salidas y llegadas de las embarcaciones con gran precisión para mejorar el servicio.

En el transporte marítimo se cuenta con la ventaja de que éste es más económico que el transporte aéreo ya que tiene una gran capacidad de carga, se puede transportar con facilidad grandes volúmenes de mercancías.

Entre las principales ventajas del transporte marítimo se encuentran además de las anteriormente ya señaladas, otras más, como la gran diversidad de rutas que tienen las compañías transportistas a los principales destinos en todo el mundo.

Principales destinos vía marítima:

- 1) Partiendo de cualquier puerto mexicano hacia el golfo de los Estados Unidos de Norteamérica.
- 2) Partiendo de cualquier puerto mexicano hacia el lejano oriente.
- 3) Partiendo de cualquier puerto mexicano al pacífico en centroamérica.
- 4) Partiendo de cualquier puerto en México hacia el Océano Atlántico de Canadá.
- 5) Partiendo de cualquier puerto en México hacia el Océano Atlántico del norte de Europa.
- 6) Partiendo de cualquier puerto en México hacia el Océano Pacífico de sudamérica.
- 7) Partiendo de cualquier puerto mexicano hacia el Océano Atlántico de los Estados Unidos de Norteamérica.

Con estas rutas se tiene la única desventaja de que se tardará mayor tiempo en llegar el flete a su destino.

Como ya se ha analizado anteriormente, México cuenta con un amplio servicio en el transporte marítimo, por lo que se debe considerar las ventajas de este tipo de transporte así como las desventajas que este medio de transporte pueda tener con respecto a los otros, todo esto para realizar una buena elección del transporte de acuerdo a nuestras necesidades.

d) Transporte ferroviario:

Es el último tipo de transporte que analizaremos, este tipo de transporte se caracteriza por su gran diversidad de servicios, ya sean de acuerdo al peso, volumen y características de la mercancía, este medio de transporte se adapta a las necesidades del exportador.

Para el transporte de mercancías por ferrocarril se tienen dos tipos de servicios según Salvador Mercado: A) El servicio de carga y B) El servicio express.

A) Servicio de Carga.- "se entiende por el servicio de carga el destinado al transporte de la mercancía cuyo peso volumen sea de una transportación específica"(18)

B) Servicio Express.- el transporte en vehículos cerrados de mercancía pero con la diferencia de que este servicio se tardara menor tiempo en llegar al cliente, con la modalidad deseada pero con un costo extra respecto al servicio de carga en general.

Ventajas del transporte ferroviario:

-Se cobrará por la distancia recorrida en kilómetros lo que beneficiará al exportador que transporte mercancías por mayoreo ya que las tarifas a cobrar serán más económicas.

-Presenta varios tipos de servicios de acuerdo a las exigencias y necesidades del cliente.

-Dentro de las mayores ventajas se encuentra la posibilidad de cambiar el destino en la ruta que el cliente eligió siempre y cuando el vagón se encuentre en camino hacia su destino final.

Desventajas del transporte ferroviario:

-Representa para la empresa realización de trámites ante la Dirección General de Ferrocarriles, o jefe de la estación según sea el caso; y estos trámites de contrato de este tipo de transporte son algunas veces tardados.

-En la actualidad las exigencias del cliente en el extranjero son mayores en cuestión de tiempo.

-El transporte ferroviario en México no tiene la infraestructura, ni la tecnología en cuestión de servicio, modernidad y precio, que ofrecen otros países.

Es importante señalar que en el transporte terrestre como el ferrocarril se utilizan diversos carros, vagones, furgones, tolbas de ferrocarril y carros consolidados para transportar la mercancía de acuerdo al volumen, peso y el tipo de mercancía que se esté transportando.

En el comercio internacional es muy común la utilización de contenedores para transportar los embarques de mercancía muy pesadas, estos contenedores se utilizan en el transporte marítimo principalmente, aunque en el autotransporte también puede ser requerido con cajas de trailers.

Por último es importante conocer cada una de las ventajas y desventajas que ofrece cada tipo de transporte, para poder seleccionar el adecuado de acuerdo a las necesidades del cliente y las posibilidades de la empresa exportadora.

(18) Mercado H. Salvador. Tráfico Internacional,
Ed. Limusa, México 1992, p.60

En el cuadro siguiente se simplifican los métodos para seleccionar cada tipo de transporte:

CRITERIOS DE SELECCIÓN:	AEREO	FERROVIARIO	MARITIMO	AUTOTRANS PORTE
Rapidez	Rápido	Medianamente	Lento	Rápido
Costos	Alto	Mediano	Bajo	Alto
Confiabilidad	Buena	Mediano	Mediano	Buena
Variedad en productos transportados.	Limitado	Amplia	Regular	Amplia
Prod. más apropiados	Prod. de alto valor	Grandes cargas	Gran volumen y poco valor	Varios

CAPITULO IV PROPUESTAS

En el presente capítulo se presentarán las diferentes propuestas que se tienen para lograr la agrupación regional de empresas textiles para la exportación en el estado de Guanajuato.

Actualmente las exportaciones están teniendo gran importancia dentro de la estrategia económica de crecimiento en México, ya que anteriormente las empresas mexicanas tenían la capacidad productiva para exportar, pero no lo hacían por la falta de conocimientos para realizar una exportación. México en los presentes años se ha manifestado como un país en constante desarrollo en su comercio exterior, el crecimiento de las exportaciones de las empresas mexicanas ha aumentado tanto que ahora nuestro país encabeza la lista de países exportadores de Latinoamérica y Sudamérica, desplazando así a países como Brasil, Argentina y Chile; no obstante México está compitiendo con los países del primer mundo con los cuales tiene un tratado comercial dentro del continente Americano, se trata de Estados Unidos de Norteamérica y Canadá.

Gracias al Tratado de Libre Comercio con América del Norte (TLCAN) nuestro país reafirmó la cultura exportadora que ya había tenido al firmar acuerdos comerciales con Bolivia y Costa Rica; esta cultura exportadora consiste en la apertura comercial, ya que la tendencia en el actual entorno global está siendo que los países abran sus fronteras y se está dando la agrupación de bloques comerciales de países en todas partes del mundo.

Nuestro país está también formando parte de los principales bloques comerciales al ser miembro de los tres países del TLCAN.

Por los motivos anteriormente citados en el presente capítulo se estudiarán los principales tratados comerciales internacionales de México con América del Norte, el Tratado de Libre Comercio con Bolivia y por último con Costa Rica. Además, se presentará un análisis a fondo de la propuesta presentada dentro de la política industrial del país referente a la formación de cadenas productivas para la integración comercial mejor conocidas como "clusters" dentro del ámbito internacional.

También se analizarán los apoyos nacionales y extranjeros que tiene el país para apoyar a las exportaciones, además de estudiar las posibilidades que tiene Bancomext y Cofoco para apoyar a las empresas del estado de Guanajuato para que exporten sus productos y el fomento a las exportaciones por parte del gobierno del estado de Guanajuato para ampliar el panorama que tiene el empresario de los mercados en el exterior.

Es importante señalar al inicio de este capítulo que la presente propuesta de Agrupación de empresas de textiles para la exportación en el estado de Guanajuato, está enfocada hacia la micro y pequeña empresa ya que evidentemente la mediana y grande empresa tiene la capacidad suficiente para exportar por sí misma y en todos los niveles como el de capacidad productiva, nivel de inversión, procesos productivos de punta, uso intensivo de capacitación en la mano de obra, infraestructura moderna en sus naves industriales, etc.

Por estas razones es necesario mencionar, que el presente estudio está encaminado a la micro y pequeña empresa textil en el estado de Guanajuato, cabe señalar que nuestro país México es un país de micro y pequeñas empresas no solo en el rubro textil, sino en otros rubros; económicos como comercios, servicios, agricultura, ganadería, industrias, entre otros rubros. Es necesario apoyar a éstos sectores para el desarrollo económico y social de nuestro país.

El estudio de las posibilidades de una agrupación de industrias de textiles dentro del estado de Guanajuato para lograr que exporten sus productos a los diferentes países donde México tiene acuerdos comerciales, tratados de libre comercio, o simplemente en aquellos países que requieran nuestro producto, y que se presenten las condiciones adecuadas que beneficien a ambos países para cerrar la negociación. El empresario necesita tener conocimientos básicos de cómo van a ser distribuidos sus productos en el extranjero, es por esto que el primer tema de este capítulo trata de los diferentes canales de distribución en el extranjero.

4.1 Canales de distribución en el extranjero

Comenzaremos este tema definiendo que es un canal de distribución. "Un canal de distribución son los conductos que cada empresa escoge para la distribución más completa, eficiente y económica de sus productos y servicios, de manera que el consumidor pueda adquirirlos con el menor esfuerzo posible y en el lugar que los solicite". (19)

Ahora bien, según la definición del canal de distribución, la empresa es la que elige que tipo de canal utilizará para distribuir sus mercancías en el país extranjero. Esta elección se llevará a cabo de acuerdo a las necesidades económicas de la empresa.

El servicio que presta la empresa es muy importante para el cliente extranjero ya que de este aspecto dependen las ventas de la empresa exportadora. La decisión es difícil ya que se deben de tomar en cuenta varios factores como: el tiempo, el costo de transporte y el factor de entrega en el lugar acordado; algunas veces se requiere de almacenar las mercancías en lugares estratégicos donde personas dedicadas a la actividad de la distribución por mayoreo o detallistas hacen llegar los productos hacia el consumidor final.

El fabricante o exportador tiene que hacer uso de los canales de distribución en el país extranjero para bajar los costos de transporte. Por este motivo existen los llamados intermediarios que tienen sus propias ganancias y beneficios distribuyendo la mercancía al consumidor, estos intermediarios forman parte del canal de distribución y como tales son personas expertas en ventas, colocación del producto en forma ágil y su beneficio se basa en la compraventa.

Cuando el exportador planea utilizar uno o más canales para distribuir su mercancía necesita una planeación adecuada del almacén en la ciudad donde se acordó de recibir la mercancía.

Todo el proceso dentro del canal de distribución por medio de un intermediario mayorista, consiste en que el fabricante designa a una persona que se encarga de la exportación bajo ciertos requisitos como el cobro de un porcentaje o comisión por actuar como intermediario entre el fabricante y un consorcio encargado de comprar la mercancía y exportarla por su propia cuenta. El intermediario también puede estar a disposición de las actividades de la empresa extranjera y recibir un beneficio de la misma actividad.

Los canales de distribución en el extranjero llevados a cabo por intermediarios y mayoristas, se conocen como una actividad de exportación indirecta.

La exportación indirecta la pueden utilizar las empresas en el caso de que se complique la exportación de manera directa; ya sea por altos costos de transportación o por decisión propia de la empresa fabricante de que un consorcio independiente en el extranjero le coloque en el mercado su producto de exportación.

(19) Mercado H. Salvador. Comercio Internacional I, 3ª. Edición, Ed. Limusa, México 1994, p. 223.

La función principal del canal de distribución, consiste en encontrar nuevos clientes en el extranjero que se interesen por las mercancías del fabricante y por lo tanto le proporcione ganancias a las partes que integran el canal de distribución, ya sean los clientes, el fabricante, el mayorista o el intermediario.

Ahora bien cuando un fabricante decide utilizar el canal de distribución en el extranjero por primera ocasión, por lógica no tendrá los conocimientos técnicos ni la experiencia necesaria, en este caso lo más recomendable para el fabricante consiste en contactar con un intermediario para que coloque sus productos en el país extranjero, las formas más recomendadas para contactar a un intermediario consiste en las siguientes: a través de revistas especializadas en comercio exterior, teniendo contacto con personas que trabajen para instituciones privadas en el comercio exterior como es el caso de ANIERM, Banco de Comercio Exterior, Banco Nacional de México.

Otras personas que se pueden contactar para que actúen como intermediarios entre el fabricante exportador y el cliente o comprador en el extranjero son los Agentes Aduanales, el representante comercial de la empresa, entre otros.

La importancia que tienen la adecuada selección del intermediario en el extranjero consiste simplemente en triunfar o fracasar en los mercados internacionales.

La empresa fabricante del producto que se desea colocar en el extranjero deberá de seleccionar al intermediario, mayorista o representante de la empresa en base a ciertos requisitos importantes entre los que destacan: experiencia en ventas, que goce de buen prestigio, estabilidad y responsabilidad moral del intermediario para cumplir con los objetivos y metas de la empresa de la cual fue contratado.

Un distribuidor o intermediario debe de cumplir además con ciertos requisitos de tipo mental, debe de ser competente y muy dinámico, además deberá de resultar elegido de una larga lista de posibles candidatos para ocupar el puesto, también deberá de aceptar la responsabilidad de actuar como intermediario si se trata de una gran empresa, pero sobre todo deberán de aceptar el ritmo de trabajo, horarios y sueldo que le ofrezca la empresa para que se sienta motivado llevar a cabo su trabajo que se le ha designado.

Al haber estudiado los principales canales de distribución en el extranjero se habla de una exportación indirecta, pero se debe tener en cuenta en cualquier momento la empresa puede decidir cambiar el giro de sus actividades comerciales y puede cambiar de canal de distribución de manera indirecta por medio de agentes de venta o intermediarios, a una distribución internacional de manera directa, estableciendo en la compañía un departamento de comercio exterior o de ventas internacionales según le convenga económicamente a la empresa.

4.2 Principales Tratados Comerciales Internacionales de México con otros países

4.2.1 TRATADO DE LIBRE COMERCIO CON AMERICA DEL NORTE

La cercanía geográfica permitió la relación comercial de México con los Estados Unidos de Norteamérica y con Canadá dentro de un tratado de libre comercio. Este tratado de libre comercio se denominó TLCAN que por sus siglas significa Tratado de Libre Comercio con América del Norte. Este tratado se firmó por los tres países miembros y entró en vigor a partir del 1 de enero de 1994 con los siguientes objetivos:

1. "Eliminar obstáculos al comercio y facilitar la circulación transfronteriza de bienes y servicios entre los territorios de las partes.
2. Promover condiciones de competencia leal en la zona de libre comercio.
3. Aumentar sustancialmente las oportunidades de inversión en los territorios de la partes.
4. Proteger y hacer valer de manera adecuada y efectiva los derechos de la propiedad intelectual en el territorio de cada una de las partes.
5. Crear procedimientos eficaces para la aplicación y cumplimiento del tratado, para su administración conjunta y para la solución de controversias". (20)

El Tratado de Libre Comercio con América del Norte, fijó además de estos objetivos ya señalados, ciertas reglas y procedimientos para que ningún producto de alguno de los países miembros se beneficie por este acuerdo.

Estas reglas se conocen con el nombre de *reglas de origen* donde cada país tiene la obligación de indicar el origen de sus productos, la región donde éste fue fabricado, para evitar problemas comerciales con los productos de otros países que no son miembros del TLCAN pero se beneficiarían con las preferencias arancelarias.

- Desgravación arancelaria:

Este proceso se llevó a cabo a partir de la firma del tratado y con ciertos productos, de manera que las empresas mexicanas que exporten recibirán de manera inmediata un trato preferencial en lo que respecta a los aranceles.

El proceso de desgravación arancelaria comienza en 1994 con un porcentaje del 79.9%. (21)

Los productos mexicanos que se envían a los Estados Unidos entre los productos se encuentran los automóviles, televisores, computadoras, entre otros. "Para el año de 1999 se desgravará un 12.5% adicional en las mercancías como cerveza, tejidos de algodón y camiones de carga." (22)

Por el año 2004 se desgravará un 6.3% más en productos de cerámica, zapatos de cuero y botas. Para el año 2008 se tendrá un 100% de las mercancías que se exporten al mercado norteamericano sin arancel.

(20) Secofi, Tratado de Libre Comercio de América del Norte, Ed. Porrúa, México, 1993, p.7.

(21) Banco Nacional de Comercio Exterior SNC, p. 62-71.

(22) Secofi, El ABC de TLC, p. 9-17.

SECTOR TEXTIL:

A partir de la firma del Tratado de Libre Comercio con América del Norte (TLCAN), el mercado textil norteamericano ha sido el mercado natural de productos textiles y prendas de vestir mexicanos, ya que Canadá solo importa el 2% de textiles, 1% de prendas de vestir y solo el 1% en otros textiles, por lo que Estados Unidos importa un 50% de nuestras exportaciones textiles.

Este Tratado beneficia a más del 90% de las exportaciones a Estados Unidos con el siguiente grado de desgravación:

- Entre 1997 y el año 2000 se eliminaron 10 categorías.
- En el año 2003 se eliminaron 4 categorías.

Esto significa que un 87% de las cuotas arancelarias fueron eliminadas, por lo que se espera en los próximos años un gran crecimiento en nuestro país en el sector textil.

4.2.2 TRATADO DE LIBRE COMERCIO ENTRE MEXICO Y BOLIVIA.

Este tratado de libre comercio entro en vigor el primero de enero de 1995 para sus países miembros: Bolivia y México. Dentro de este tratado de libre comercio se establece una apertura del comercio de bienes por lo que desde que entró en vigor se eliminó un porcentaje muy alto del 99% de los productos bolivianos que se exportan a nuestro país.

En el caso de las exportaciones mexicanas a Bolivia se tiene una desgravación del 97% en "fibras sintéticas, petroquímica, aceros, productos electrónicos, computadoras, tractocamiones y autopartes". (23)

En el ramo agrícola quedaron libres de arancel legumbres, aguacate, fresa, cerveza, pimientos, duraznos, manzanas, nopales, cacahuete, jugos cítricos, cebollas, mezcal, entre otros.

El frijol y el maíz se desgravarán en un plazo de 15 años como máximo.

- Disposiciones Generales:
 - El trato nacional debe ser amable .
 - Se deberá de tener acceso al mercado de productos.
 - Se tendrán medidas de salvaguarda.
 - Comercio de servicios.
 - Protección a la propiedad intelectual.
 - Solución pacífica de controversias.

(23) Banco Nacional de Comercio Exterior, SNC. P. 68.

- Libertad en las compras gubernamentales
- Medidas restrictivas de producto como las medidas fitosanitarias y zoosanitarias.

- Reglas de Origen:

El tratado de libre comercio con Bolivia establece ciertos criterios para clasificar el origen de las mercancías, dichos criterios son:

- a) Que el bien se produzca totalmente en el territorio mexicano y boliviano únicamente.
- b) Que no se le incorporen materiales o componentes de otras naciones.
- c) "Que la mercancía cumpla con el valor de contenido regional y el salto arancelario." (24)

4.2.3 TRATADO DE LIBRE COMERCIO DEL GRUPO DE LOS TRES

Este tratado entró en vigor el primero de enero de 1995 y a partir de esta fecha los países de México, Colombia y Venezuela son miembros de este acuerdo.

Para tener un comercio exterior más intenso nuestro país forma parte de este acuerdo de libre comercio conocido como el grupo de los tres.

Este acuerdo del grupo de los tres tendrá también una desgravación arancelaria en sus productos paulatinamente; para el año 2005 Venezuela y Colombia permitirán el acceso libre de aranceles de 75% para Venezuela y 75% para Colombia, para los productos mexicanos que entren a esos mercados. En el año 2010 se añadirán 22% y 26%, de esta manera sólo 3% y 1% de las exportaciones de esos mercados quedarán excluidos del trato preferencial. (25)

Este tratado tratará de impedir de cualquier manera las prácticas desleales y la solución de controversias comerciales.

El grupo de los tres como tratado de libre comercio protege las patentes y propiedad intelectual, al comercio de servicios y fomenta la inversión. Para el sector textil es muy importante este mercado ya que representa más de 150 millones de consumidores potenciales en todos los sectores, con el que el sector textil en el caso del país de Venezuela se desgravará lentamente para proteger a su industria nacional.

No siendo el caso de Colombia que sí tendrá una desgravación en este sector textil. Por lo que en corto tiempo deberán de incluir en la lista de bienes exportados a Colombia y Venezuela productos textiles.

(24) Secofi, Tratado de Libre Comercio entre Bolivia y México. México 1994.

(25) Banco Nacional de Comercio Exterior, SNC. p. 66.

4.3 Organismos Nacionales y Extranjeros de apoyo a las Exportaciones en el Sector Textil

Teniendo en cuenta que no todos los países del mundo tienen las mismas costumbres, intereses y políticas para apoyar a determinado sector económico, en este caso al sector textil para la exportación; se nombrarán a parte de los organismos nacionales, los organismos internacionales que apoyan a las exportaciones en el sector textil.

- Organismos Nacionales:

Nuestro país cuenta con un organismo de apoyo a las exportaciones del sector textil que es la Cámara Nacional de la Industria Textil mejor conocida como CANAINTEX. Esta cámara nacional de la industria textil cuenta a su vez con una institución descentralizada del gobierno que se conoce como el Centro de Capacitación y de Adiestramiento Textil conocida por sus siglas como CATEX.

Estos organismos nacionales apoyan a todas las empresas del interior del país en lo que respecta a capacitación del personal en áreas específicas del sector textil, además de otras actividades como selección y adiestramiento de personal para trabajar en áreas diversas de la industria textil.

Otro organismo nacional al sector textil es la Cámara Nacional de la Industria del Vestido conocida por sus siglas como CANAINVES. Este organismo apoya a las empresas textiles nacionales en lo que respecta a información e investigación de la industria textil.

Además de los organismos nacionales anteriormente señalados, México cuenta con cámaras de asociaciones industriales y comerciales, la principal de ellas es el SIMPEX, que es el Sistema Mexicano de Promoción Externa, este sistema permite acceder a información de cualquier sector industrial en nuestro país, en este caso del sector textil se pueden tener ofertas y demandas de diferentes países por determinado producto textil mexicano en diferentes países del mundo.

- Organismos Extranjeros:

En diferentes países extranjeros se tienen organismos de apoyo al sector textil para la exportación. Actualmente por el Tratado de Libre Comercio con América del Norte, México está teniendo más contacto con los Estados Unidos de Norteamérica donde existen organismos que proporcionan información e investigación en la actividad textil a nivel mundial. Dichos organismos de apoyo en el sector textil son los siguientes:

- 1) El Instituto Textil de Investigación.
Textile Research Institute
- 2) El Instituto de Tecnología Textil.
Institute of Textile Technology.
- 3) Corporación Textil y de Vestidos.
Textile/Clothing Corporation.
- 4) Centro Textil Nacional.
National Textile Center.

4.4 Agrupación Regional de Empresas de Textiles en el Estado de Guanajuato

La problemática actual que viven las empresas de textiles en la región del bajo y propiamente las empresas del estado de Guanajuato, consiste en el reto de vender sus productos más allá de la frontera mexicana es decir, el reto de la exportación.

El concepto de agrupación consiste en "la unión de personas físicas o morales en un grupo". (26)

La agrupación regional de empresas textiles en el estado de Guanajuato será con la finalidad de exportar el producto a los diferentes mercados internacionales. Ahora bien, se busca que la agrupación se haga de carácter regional por motivos lógicos con la cercanía geográfica, capacidad de producción, apoyos a las exportaciones por parte del gobierno del estado de Guanajuato, financiamientos, entre otros factores. Es importante señalar que dicha agrupación regional sólo se llevará a cabo con empresas de similar tamaño, que se dediquen a la producción textil y que tengan una capacidad productiva similar entre cada una de las empresas. Estas características están encaminadas a lograr el beneficio equitativo de las partes sin que se agrupen las grandes empresas con las medianas o pequeñas que sería una experiencia desfavorable para las empresas más pequeñas.

En la actualidad el hablar de las economías globalizadas es común, las oportunidades de negocios son más grandes para todos los países del mundo, siempre y cuando se cumplan con las normas de calidad internacionales, y que los productos sean competitivos en precios, en servicio, en términos de compromiso entre el exportador y el cliente.

Teniendo en cuenta que los Estados Unidos de Norteamérica y los países miembros de la Unión Europea son los mayores consumidores de prendas de vestir y de productos textiles en todo el mundo, México deberá de aprovechar la cercanía con Estados Unidos de Norteamérica y el tratado de libre comercio para convertirse en uno de los principales proveedores de textiles y prendas de vestir.

Todas las empresas mexicanas deberán de estar conscientes de que la oportunidad es muy buena y que sólo requieren tener un producto competitivo para decidirse a exportar. Actualmente "los principales proveedores de textiles de Estados Unidos son Canadá, México, China y Taiwan." (27)

La agrupación regional de empresas textiles en el estado de Guanajuato es una propuesta innovadora en el país mexicano, ya que en los países europeos y asiáticos ha sido parte fundamental del crecimiento comercial a nivel internacional, contribuyendo de manera importante al desarrollo de estas naciones en el aspecto económico y social.

El resultado que han manifestado las pequeñas y medianas industrias que han decidido agruparse en sectores industriales y comerciales para exportar sus mercancías, ha sido muy positivo ya que debido a la globalización de todas las economías del mundo actual se han abierto grandes oportunidades de exportar a nuevos mercados.

(26) Diccionario Trillas de la lengua española. 2da. edición
Ed. Trillas. México 1985.

(27) Exportación de productos de la industria
Textil y de la confección, COFOCE, 1999.

El reto de la Agrupación Regional también implica responsabilidades para las empresas textiles que buscan exportar sus productos a otros mercados. Dichas responsabilidades son de carácter cualitativo del producto textil a exportar ya que este debe de cumplir con ciertas normas de calidad, precio, competitividad, etiquetado, entre otras. Para el embalaje no existe una reglamentación a nivel internacional sobre los productos textiles, así que el embalaje y el empaque se deberán de adecuar de acuerdo a las necesidades del cliente.

Otro factor de importancia para lograr la agrupación de empresas de manera exitosa, consiste en las relaciones públicas que una empresa mantenga con las demás, es decir, es necesario que los dueños o gerentes generales de las empresas de textiles lleguen a un acuerdo en cuanto a fijar los objetivos a corto y largo plazo, también a tener una meta en común así como todo un plan organizacional para lograrla. Toda agrupación exitosa de empresas requiere de la participación comunitaria de dos o más empresas que persiguen objetivos comunes y la misma finalidad, ya que el trabajo en equipo fortalece los lazos entre empresas miembros de una agrupación. Ahora bien, las empresas deberán de estar conscientes del reto al que se enfrentan, y de acuerdo a su propia conveniencia se unirán en la agrupación o no lo harán si no tienen la misma convicción. La propuesta de agrupar dos o más empresas textiles para exportar sus productos más allá de nuestras fronteras, se realizará en una agrupación regional de empresas que tengan en el mercado nacional un estándar de productividad aceptable y competitividad en lo que respecta a precio y producto terminado.

“Los principales productos con gran demanda dentro del mercado textil en el TLCAN destacan:

- Hilos de coser.
- Hilados y tejidos de algodón.
- Hilados y tejidos de lana.
- Terciopelo, felpa, de punto.
- Hilados y tejidos de yute.
- Filamentos sintéticos o artificiales.
- Hilados y tejidos de fibras sintéticas.
- Tejidos de bucles para toallas.
- Hilados de las demás fibras textiles vegetales” (28)

Las empresas que son competitivas en la producción de estos productos textiles de muchos otros podrán agruparse según la propuesta de cadenas productivas por sectores para la exportación que es el siguiente tema que estudiaremos de esta propuesta.

(28) Negocios Internacionales 83, México febrero 1999.

4.5 Formación de Clusters o Cadenas Productivas para la Integración Industrial Regional

Para lograr una agrupación regional de empresas textiles para la exportación es necesario "fortalecer la integración industrial e incorporar las micro, pequeñas y medianas empresas en agrupamientos industriales." (29)

Esta es una propuesta que se maneja dentro de la política industrial actual del gobierno mexicano.

En primer término es conveniente dar una definición de lo que se entiende por política industrial. "La política industrial forma parte de la política económica en general y consiste en el conjunto de medidas, acciones e instrumentos que realiza o aplica el estado con el fin de fomentar el desarrollo del sector industrial con sus aspectos productivos, tecnológicos, de empleo, de financiamiento y de apoyo en general." (30)

En resumen podemos entender de esta definición que la política industrial se encarga de fomentar el desarrollo industrial del país para lograr las metas planeadas en cierto periodo de gobierno con el fin de lograr el bienestar socioeconómico del país.

El gobierno federal es el encargado de fijar la política industrial y de comercio exterior en el país en coordinación con la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial (SECOFI), la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP) y Nacional Financiera (NAFINSA).

La política industrial actual está encaminada a construir las cadenas productivas para poder competir en los mercados internacionales. Las regiones industriales han sido dañadas por la apertura externa de mercados ya que los agrupamientos industriales nacionales no estaban lo suficientemente estables para enfrentar la competencia internacional.

Dentro de la política industrial en México se han propuesto tres programas anteriores al actual, dichos programas industriales se han llevado a cabo cada uno en diferente sexenio. En el sexenio de José López Portillo se aplicó el Plan Nacional de Desarrollo Industrial; el siguiente programa fue en el periodo de gobierno de Miguel de la Madrid Hurtado con el Programa Nacional de Fomento Industrial y Comercio Exterior, que fue la causa de que la Secretaría de Comercio tomara mucha importancia para el desarrollo económico del país. Por último en el sexenio de Carlos Salinas de Gortari se da a conocer a través de la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial (SECOFI) el Programa Nacional de Modernización Industrial y Comercio Exterior que fue el programa que se aplicó hasta el año de 1994.

Dichos programas industriales fueron positivos ya que formaron parte importante de la política económica y de la política industrial en nuestro país, pero aún continuaron operando las empresas con falta de tecnología, obsoletas para competir a

(29) "Cadenas Productivas Especializadas para la Actividad Exportadora
Meriel Zuñiga, REFORMA."

(30) Méndez, Silvestre. Problemas Económicos de México
Ed. McGraw Hill, México 1998, p. 141.

ESTA TESIS NO SALE
DE LA BIBLIOTECA

nivel internacional y que estaban acostumbradas a un paternalismo por parte del gobierno que resultaba excesivo.

En el programa actual de política industrial se plantea en base a los esquemas internacionales de cadenas productivas en zonas regionales que fomentarán la actividad exportadora en varios sectores en este caso en el sector textil y de la confección.

De acuerdo a este programa que ha sido diseñado para la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial (SECOFI), "se buscará obtener una elevada integración de cadenas productivas con alta capacidad de investigación y desarrollo tecnológico, regulación mínima necesaria, impulso a la exportación y combatir a exportaciones desleales." (31)

La formación de cadenas productivas o clusters como se le conocen internacionalmente, pretende fomentar la actividad exportadora de las industrias mexicanas principalmente la micro, pequeña y mediana empresa que conforma el 98% de la industria nacional y genera un alto nivel de empleo. La integración de estas industrias en zonas industriales regionales es la finalidad de este proyecto. Cabe señalar que uno de los sectores que más beneficiará con esta política industrial será el sector textil ya que actualmente está muy competido este sector, pero a la vez está muy demandado por todos los países del mundo.

FORMACION DE CLUSTERS.

En el proyecto diseñado por SECOFI la creación de Clusters se llevará a cabo mediante la agrupación de exportadores indirectos y directos en cadenas productivas de acuerdo al sector o rubro económico al que pertenezca la empresa de acuerdo a su producto y que se distribuirán en regiones industriales para descentralizar a la industria nacional.

La descentralización debe comenzar por la toma de decisiones importantes en todos los sectores económicos por parte de toda la población que forma parte de una nueva cultura productiva, con la participación de empresarios, gobierno, consejos y cámaras se reducirá la posibilidad de centralizar las decisiones de una política fiscal. La formación de cadenas productivas tendrá como destino a la microindustria en todos sus ramos y a la mediana empresa también en todos sus sectores incluyendo el sector textil para exportación, contando con el apoyo de la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial (SECOFI), la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP), la Secretaría de la Contraloría y Desarrollo Administrativo, además de la Secretaría del Trabajo y Previsión Social, Nacional Financiera, además de Bancomext.

Para complementar el programa de política industrial para la formación de Clusters o cadenas productivas se creará la Comisión Intersecretarial con la finalidad de resolver el problema de diversificación de funciones en la aplicación de este programa en las diferentes entidades de gobierno.

El Consejo Nacional de Comercio Exterior propone corregir la política fiscal y monetaria para que el programa de cadenas productivas avance en el país mexicano.

(31) "Diseño de la Política Industrial
Marcel Zúñiga, REFORMA".

su comercio exterior, el gobierno se decidió por seguir los esquemas internacionales para la formación de cadenas productivas al igual que lo seguían países de Europa.

Básicamente este país sigue el esquema de algunos países de Europa pero con algunas modificaciones propias para el país brasileño de acuerdo a sus necesidades y expectativas. Entre las más importantes destaca el impulso que el país de Brasil dio para modernizar la mayoría de sus empresas, además de otorgar créditos y financiamiento a los empresarios que así lo requerían siempre y cuando su producto fuera competitivo y por último se capacita a la mano de obra para que sea más competitiva.

CANADA: Este país reunió cadenas productivas especializadas para fomentar el comercio exterior y el resultado fue exitoso ya que el gobierno de Canadá apoyó a la pequeña y mediana empresa con financiamiento, pero además ofreció programas de subsidios, descuentos y depreciaciones de maquinaria, además de servicios administrativos y comerciales.

En la actualidad Canadá es uno de los países con mayor desarrollo económico y comercial en el mundo debido a muchos factores como son un buen gobierno, una economía estable, un comercio fuerte y creciente, el turismo y la industria muy desarrollada, pero en materia de comercio exterior este país aplicó el sistema de clusters y cadenas productivas de manera precisa de acuerdo a las expectativas que tiene y además innovando aspectos indispensables para estimular a la micro y mediana empresa.

PAISES DE ASIA.

JAPON: Este país protege a sus industrias del mercado exterior con un proteccionismo a las importaciones, además incentiva a determinadas industrias con inversión y desarrollo tecnológico.

COREA: Dentro de las principales políticas comerciales que utiliza para la formación de Clusters incluye la eliminación de tarifas e impuestos para la industria naciente, también al igual que en Japón se tiende a una protección a su industria nacional en las importaciones.

4.6 Fomento a las Exportaciones por parte del Gobierno del Estado de Guanajuato; BANCOMEXT Y COFOCE

Después de haber estudiado las formas de integración comercial para formar agrupaciones regionales de industrias textiles para la exportación con la propuesta integrada de cadenas productivas, ahora analizaremos las diferentes formas de apoyo a la exportación en el estado de Guanajuato con sus dos principales instituciones de fomento: Bancomext y Cofoce.

COFOCE: Es un organismo descentralizado del gobierno del estado en el que participan los diferentes sectores productivos de las empresas guanajuatenses, con el objetivo de fomentar el comercio exterior y la inversión extranjera dentro del estado de Guanajuato. COFOCE que por sus siglas significa Coordinadora del Fomento al Comercio Exterior, apoya a todos los sectores productivos de las empresas del estado de Guanajuato para que mediante un plan de comercio exterior, se exporten los productos guanajuatenses a nivel internacional.

OBJETIVOS: Tres son los objetivos de Cofoce:

1. Fomentar y promover las exportaciones de los productos del estado de Guanajuato.
2. La creación de la cultura comercial internacional.
3. Atraer a la inversión extranjera directa dentro del estado de Guanajuato.

SERVICIOS QUE OFRECE COFOCE:

- Asesoría en los proyectos de exportación.
- Oportunidades comerciales y detección de los nichos de mercados.
- Información sobre lugares y fechas para asistir a ferias internacionales en toda la república y también a nivel internacional.
- Información sobre los diferentes mercados internacionales.
- Asesoría legal y financiera.
- Asesoría en la creación de consorcios para la exportación.
- Formación de coinversiones, subcontratación y maquila para la exportación con una negociación con las contrapartes en el extranjero.
- Promoción de productos a través de exhibiciones permanentes.
- Información sobre los diferentes tratados internacionales comerciales que tiene México con otros países.
- Contactos con posibles clientes en el extranjero.

PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN EN EL PAÍS EXTRANJERO.

COFOCE cuenta con oficinas en las ciudades de Nueva York, Los Angeles, Chicago, Dallas, llamadas Guanajuato Trade Office. Además existe el proyecto de abrir nuevas oficinas en Europa, Asia y Sudamérica.

CENTRO DE ASESORIA Y DESARROLLO DE NUEVOS EXPORTADORES.

COFOCE cuenta con este centro muy moderno de asesoría e información sobre formas de financiamiento empresarial, marco legal, logística, aduanal y todo lo relacionado con el comercio exterior de Guanajuato y el mundo. Ofreciendo folletos, revistas, cd's, banco de datos a nivel internacional, bibliografía especializada contando con asesores y personal capacitado para ayudar a que las empresas guanajuatenses se decidan a exportar.

El gobierno del estado de Guanajuato de acuerdo y en coordinación con Cofoce ofrece la promoción en el exterior del producto de las empresas de Guanajuato a través de un diskette promocional el cual se distribuye a más de 500 compradores potenciales en el exterior y a través de internet.

PROGRAMA DE DESARROLLO INTEGRAL DE NUEVAS EMPRESAS EXPORTADORAS; PRODINEE.

Este programa será de gran utilidad para la propuesta de agrupación regional de empresas textiles para la exportación en el estado de Guanajuato, ya que este programa está diseñado para apoyar de manera integral a la micro, pequeña y mediana empresa compartiendo en parte la ideología comercial de la formación de clusters o cadenas productivas. Este programa se divide en tres diferentes etapas. La primera consiste en inscribir a la empresa y formalizar en el programa durante seis semanas aproximadamente. Después la segunda etapa consiste en la preparación de la empresa para la exportación (durante un año). La tercera etapa consiste en la consolidación de la empresa en los mercados internacionales.

Para finalizar con la información de lo que ofrece COFOCE como un organismo descentralizado del gobierno de Guanajuato que fomenta y apoya a las exportaciones, es necesario recalcar que este organismo apoya a todas las empresas dentro del estado de Guanajuato con oficinas situadas en las siguientes ciudades: León, Celaya, Morelia, Uriangato, y municipios del Rincón próximamente en Irapuato y San Miguel de Allende.

BANCOMEXT: Banco Nacional de Comercio Exterior S.N.C.

A través de las oficinas en las principales ciudades del país Bancomext ofrece a los empresarios que desean exportar su producto, capacitación, asesoría integral e información sobre los diferentes mercados a nivel internacional. En relación con el apoyo a la micro, pequeña y mediana empresa, Bancomext ofrece el programa de asistencia técnica con el que se ayuda a encontrar solución a los diferentes problemas relacionados a la obtención de recursos técnicos y económicos que permiten mejorar la producción y la comercialización de los productos mexicanos con el propósito de incrementar la calidad del producto mexicano en los mercados mundiales.

OBJETIVOS DE BANCOMEXT.

- Proporcionar asesoría integral al empresario para realizar sus exportaciones.
- Perfeccionar aspectos de comercialización en los proyectos de exportación.
- Proporcionar asistencia especializada para el diseño del proceso productivo en la exportación.
- Ayudar a la empresa con fuentes de información en más de los sectores económicos y comerciales.
- Promover la participación de empresarios mexicanos en coinversiones, transferencias de tecnología y alianzas estratégicas para la exportación.

SERVICIOS QUE OFRECE BANCOMEXT.

- Asesoría para el desarrollo tecnológico de la micro, pequeña y mediana industria.
- Apoyar la gestión del financiamiento a empresarios que quieran exportar su producto siempre y cuando se cumplan las condiciones requeridas por Bancomext.

- Centros de información sobre diferentes temas económicos y de comercio exterior en las diferentes ciudades del país.
- Asesoría sobre asuntos aduanales.
- Asesoría sobre asuntos logísticos internacionales.
- Información sobre comercio exterior sobre temas específicos.
- Capacitación a personal de empresas de comercio exterior.
- Contactar a empresas con organismos internacionales.
- Asesorar técnica y legalmente en materia de comercio exterior a empresarios.
- Promover la participación de empresas mexicanas en ferias y exposiciones nacionales y extranjeras.
- Promover la transferencia de tecnología.
- Impartición de cursos, diplomados y seminarios.

OTORGAMIENTO DE CREDITOS AL COMERCIO EXTERIOR.

Es la principal función de Bancomext, ya que como institución financiera o banco de comercio exterior deberá de brindar créditos, financiamientos e instrumentos alternos de crédito. Las condiciones son políticas propias de Bancomext para otorgar financiamiento a las empresas y éstas se harán con las reglas y estudios de mercado que tiene previamente fijados.

INFORMACION SOBRE PRODUCTOS TEXTILES.

- Se deberá de promover a los productos textiles de nuestro estado de Guanajuato de manera internacional a través de contactos de Bancomext y sus consejerías comerciales, embajadas, cámaras comerciales, entre otros contactos.
- Se brindará asesoría y capacitación en materia de comercio exterior.
- Se proporciona asesoría e información sobre los programas de apoyo financiero.
- Se proporcionarán datos e información al empresario que desea exportar sobre la balanza comercial textil, producto interno bruto, impuestos a la exportación, cuotas de exportación y clasificación arancelaria.
- El organismo promotor responsable es la Cámara Nacional de la Industria Textil (CANAINTEX).

INFORMACION SOBRE PRODUCTOS DEL VESTIDO.

- Se promoverá la oferta exportable de las empresas de la confección.
- Se facilitará el proceso de exportación.
- Promoción de los productos a través de ferias y misiones comerciales.
- Estímulos de financiamiento que Bancomext brinda al sector del vestido y confección.
- Canalizar las demandas de los clientes en el extranjero.
- El organismo promotor es la Cámara Nacional de la Industria del Vestido (CANAIIVE).

Como último servicio, Bancomext informa de manera semestral y anual sobre las fechas y lugares donde se celebrarán las ferias nacionales e internacionales de los diferentes sectores productivos; en este caso el sector que nos interesa es el sector textil y de la confección que tienen varias ferias mundiales y otras que se celebran nivel nacional.

FERIAS INTERNACIONALES TEXTILES:

Textil y Confección:

COORDINACION	LUGAR	EVENTO
Norteamérica	New York, E.U.A.	Salón permanente producto textil.
Latinoamérica	San José, Costa Rica	Misión de exportación a Costa Rica.
Latinoamérica	Medellin, Colombia	A Colombia exportación.
Norteamérica	Las Vegas, E.U.A.	Magic International apparel show.
Norteamérica	Miami, E.U.A.	Apparel.
Latinoamérica	Sao Paulo, Brasil	FENIT.
Norteamérica	Las Vegas, E.U.A.	Magic International.
Europa	Paris, Francia	TEXWORLD.

FERIAS NACIONALES. EVENTOS:

- EXHIMODA 99'
Exhibición de moda
Enero 19-22 Julio.
Expo Guadalajara.
- EXPOFASHION 99'
Exhibición de moda
Mayo 17-19 de Noviembre.
World Trade Center, México D.F.
Confección.
- EXPO MERCERÍA 99'
Exhibición
Junio
WTC, México, D.F.
- EXINTEX 99'
Exhibición industrial textil.
Noviembre 09-12
Expo Puebla, Zona de los fuertes.

PROGRAMA NACIONAL DE EVENTOS INTERNACIONALES
BANCOMEXT 2000

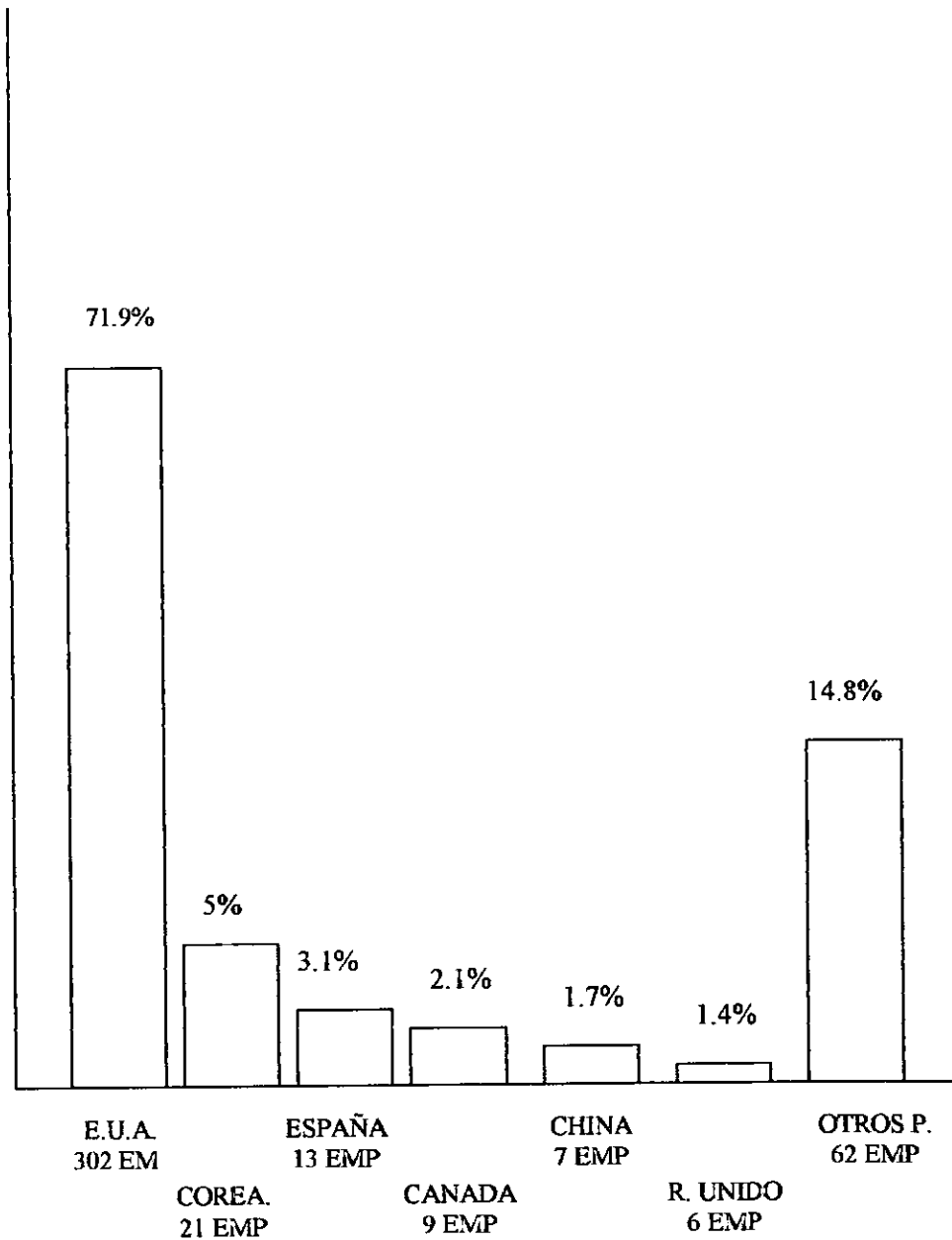
TEXTIL Y CONFECCION

EVENTO	LUGAR	FECHA	ORGANIZA
MISION DE COMPRADORES A EXHIMODA	NORTEAMÉRICA, LATINOAMERICA, EUROPA Y ASIA	ENERO 11-16	BANCOMEXT
XI COLOMBIATEX	MEDELLÍN, COLOMBIA	FEBRERO	BANCOMEXT
WWD MAGIC	LAS VEGAS, E.U.A.	FEBRERO 14-17	BANCOMEXT
HEIMTEXTIL AMERICAS 2000	MIAMI, E.U.A.	MAYO 26-28	BANCOMEXT
MISION DE COMPRADORES	BOBBIN SHOW MEXICO	MAYO 26-28	BANCOMEXT
MISION DE COMPRADORES A EXHIMODA	NORTEAMERICA, LATINOAMERICA, EUROPA Y ASIA	JULIO 18-21	BANCOMEXT
WWD MAGIC	LAS VEGAS, E.U.A.	AGOSTO 28-31	BANCOMEXT
BOBBIN SHOW	ATLANTA, E.U.A.	SEPT. 14-16	BANCOMEXT
MISION DE COMPRADORES A EXINTEX	NORTEAMERICA, LATINOAMERICA, EUROPA Y ASIA	NOVIEMBRE	BANCOMEXT
MISION DE EXPORTADORES APPAREL SOURCING SHOW	GUATEMALA	NOVIEMBRE	BANCOMEXT

NICHOS DE MERCADO SECTOR TEXTIL

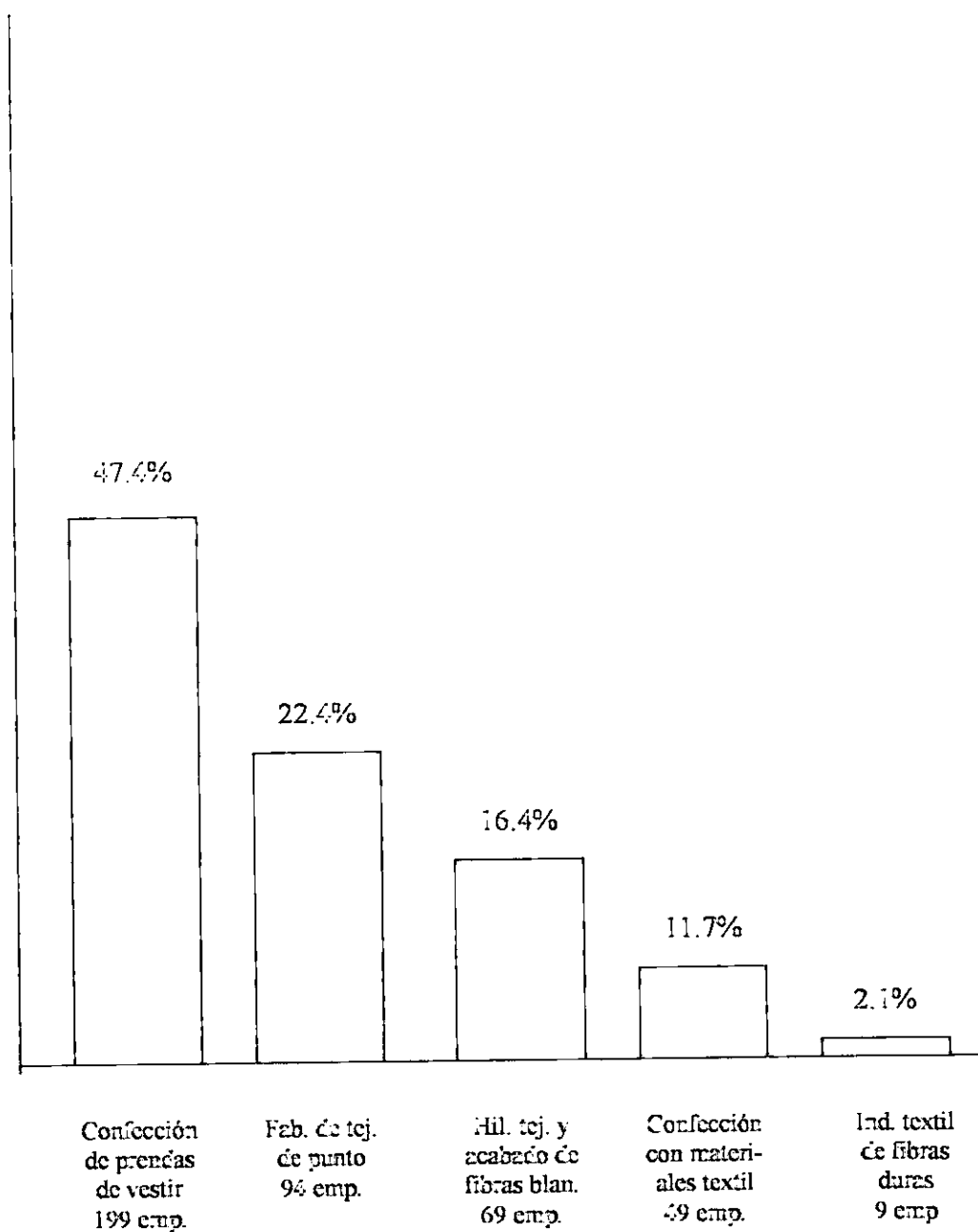
MANUFACTURAS	A T L A N T A	C H I C A G O	D A L L A S	D E T R O I T	L O S A N G E L E S	M I A M I	N U E V A Y O R K	S E A T L E	M O N T R E A L	T O R O N T O	V A N C O U V E R
HILOS Y TELAS FIBRAS NATURALES	*				*		*			*	*
HILOS Y TELAS FIBRAS SINTETICAS	*				*		*		*	*	*
LENCERIA	*		*		*	*	*		*	*	*
PRENDAS DE LICRA			*		*		*		*	*	*
PRENDAS TEJIDO DE PUNTO			*		*	*	*		*	*	*
ROPA CASUAL CABALLERO/NINO	*	*	*		*	*	*	*	*	*	*
ROPA CASUAL DAMA/NIÑA	*	*	*		*	*	*	*	*	*	*
ROPA DE DORMIR		*	*		*	*	*		*		
ROPA DE MEZCLILLA DAMA/CABALLERO/NINO/A									*		
ROPA DE VESTIR DAMA	*	*	*			*	*				
ROPA DEPORTIVA	*	*	*		*	*	*	*	*	*	*
ROPA ESPECIAL DE TRABAJO	*		*			*			*	*	
ROPA ESPECIAL INVIERNO		*					*				
ROPA INTERIOR DAMA Y CABALLERO									*		
ROPA VESTIR CABALLERO	*	*	*		*	*	*				
TELAS ARTIFICIALES					*		*			*	*
TEXTILES PARA EL HOGAR	*	*				*	*	*	*	*	
TRAJES SASTRE Y COORDINADOS PARA DAMA									*		

PRINCIPALES PAISES DE ORIGEN DE LAS EMPRESAS CON INVERSION
EXTRANJERA EN LA INDUSTRIA TEXTIL



FUENTE: SECOFI Dirección Gral. De inversión

ESTRUCTURA PORCENTUAL DE LA INVERSIÓN EXTRANJERA DIRECTA
EN LA INDUSTRIA TEXTIL



FUENTE: SECOFI. Dirección Gral. De inversión

CONCLUSIONES

II. Actualmente todos los países del mundo están en proceso de globalización en todos sus niveles y aspectos. El aspecto económico no es la excepción ya que la economía mundial se ha transformado a lo largo de estos años en una lucha constante entre las teorías clásicas y las teorías modernas.

En nuestro país se han tomado diferentes modelos económicos a lo largo de la historia y se han cambiado por ser obsoletos, en algunos casos se a seguido con el mismo modelo económico durante varios años con la característica que en cada sexenio el presidente impone un modelo comercial, industrial y económico que elige sin importar que sea totalmente opuesto al anterior periodo lo cual constituye un retroceso muy delicado.

III. Desde la época proteccionista nuestro país vivió muchos años con un gobierno que implantó políticas económicas de protección interna del país, pero que como todo ciclo económico llegó a su fin. Después el país abre sus fronteras comerciales con una apertura comercial donde se desarrolla un importante nivel industrial y comercial este fue un primer paso hacia el comercio internacional, pero fue un paso muy importante de México y el resto del mundo al abrir sus fronteras comerciales.

III. Derivado de los beneficios que proporciona el comercio internacional en todos los sentidos, se concluye en este trabajo parte de la problemática actual con la que se enfrentan los empresarios mexicanos que deciden exportar sus productos a otros países, las ventajas y las desventajas con las que cuentan la falta de apoyos, incentivos y créditos para la exportación, la desigualdad económica que existe entre los países desarrollados y los subdesarrollados. Al respecto cabe señalar además la falta de capacitación en el sector agrícola, industrial y de servicios de algunos países además de los problemas de atraso tecnológicos, atraso en cuanto a técnicas de mercado marketing, finanzas, en fin, toda una serie de problemas y obstáculos que ha simple vista hacen creer al empresario mexicano que cuenta con muchas desventajas respecto a los países desarrollados y así en realidad, pero así como se citaron varias desventajas también existen las ventajas que se tienen de realizar operaciones de comercio internacional y que son muy importantes de tomar en cuenta. La principal se basa en las teorías de Comercio Internacional en donde dos países necesitan intercambiar productos como una necesidad natural y lógica, la teoría de las ventajas comparativas es otra teoría que cita los beneficios que se tienen del comercio internacional, como su nombre lo indica la teoría de ventajas comparativas existen ventajas de un país con otro en ciertos productos, materias primas, recursos naturales, etc. Esta ley se basa en una ley natural de acuerdo a la zona geográfica de cada país del mundo, pero además se tienen otras ventajas de acuerdo a otra ley de ventajas competitivas donde dos países producen un mismo producto pero un país tiene una ventaja sobre el otro basado en el costo de producción que es más barato por diferentes razones en un país respecto al otro.

IV. Derivados de los beneficios que proporciona el comercio internacional se propone la Agrupación Regional de Empresas Textiles para la Exportación en el Estado de Guanajuato. Esta propuesta está encaminada a mejorar la situación que actualmente tienen las empresas pequeñas y medianas en lo que respecta a la capacidad productiva, a elevar la calidad de los productos textiles, a crear toda una cultura exportadora en las empresas textiles en el Estado de Guanajuato, a crear consciencia de apoyo y fomento por parte de órganos gubernamentales a los empresarios guanajuatenses no importando

que su negocio o empresa sea familiar o pequeña, lo importante sea el apoyo financiero que se ofrezca, además de la asesoría básica para exportar y una planeación estratégica en comercio exterior. Actualmente en el Estado de Guanajuato existen dos organismos de Gobierno que apoyan estas actividades anteriormente citadas, estos organismos son: Bancomext y COFOCE.

V. De acuerdo a lo anterior si la empresa mexicana y más específicamente a las empresas textiles del Estado de Guanajuato se les apoya otorgándoles créditos, disminuyendo trámites burocráticos, y sobre todo creándoles una mentalidad empresarial con base en toda una cultura exportadora, dichas empresas textiles tendrán un camino más fácil hacia el éxito. Primero consolidándose como agrupaciones de empresas textiles para la exportación más importantes en todo el país por la importancia que tiene la región de Guanajuato en el sector textil con las empresas que hay en ciudades como Irapuato, Uriangato, Moroleón, León, Celaya, San Francisco del Rincón principalmente y después compitiendo en los mercados internacionales más importantes.

VI. Al respecto cabe destacar que esta propuesta se basa en la formación de "Clusters" o cadenas productivas que han sido utilizadas por países Asiáticos y Europeos con gran éxito y se ha logrado una integración industrial en diferentes sectores productivos en este caso se analizó el sector textil citando las ventajas y desventajas de este sector analizando las principales tendencias del mercado textil mundial, comparando la productividad de la industria textil en el estado de Guanajuato con respecto a otros estados del país de México también se fijó toda una estrategia comercial basada en un proyecto de exportación que sea viable en el sector textil analizando aspectos prácticos como el de tráfico internacional, logística, empaque y embalaje elección del medio de transporte adecuado a cada situación canales de distribución en el extranjero, también se analizaron los principales beneficios económicos que México puede tener dentro de los tratados de libre comercio con América del Norte, Bolivia y finalmente el tratado de libre comercio con el grupo de los tres.

Con esta propuesta se espera que las empresas textiles aprovechen las ventajas que ofrecen estos tratados de libre comercio para que coloquen sus productos dentro de los mercados internacionales.

BIBLIOGRAFIA

1. Banford Partes, Henry, La Historia de México, Editorial Diana, México 1993.
2. Carrete Rodríguez, Juan José, Guía Práctica para exportar productos textiles y de la confección, Editorial Bancomext, Guadaluajara, Jalisco 1997.
3. Chabolla Romero, J. Manuel, Redacción de textos para el aprendizaje, Ed. TTC, Celaya, Gto. 1992.
4. Chacholizades, Miltizdes, Economía Internacional, Ed. McGraw Hill, México 1995.
5. Méndez, Silvestre, Problemas Económicos de México, Ed. McGraw Hill, México 1998.
6. Mercado H, Salvador, Comercio Internacional I, Ed. Limusa, México 1994.
7. Mercado H, Salvador, Tráfico Internacional, Ed. Limusa, México 1992.
8. Samuelson A, Paul, Economía, Ed. McGraw Hill, México 1995.

BIBLIOGRAFÍA

1. Fondo De Cultura Económica, "La Industria Mexicana en el Mercado Mundial". Poligrina Export, Southcorez, Cepal 1992.
2. Directorio 1999, COFOCE, "Textil y Confección", enero 1999.
3. Revista Negocios Internacionales No. 83, "Negocios Internacionales", México, febrero 1999.
4. Zúñiga, Mariel, "Cadenas productivas especializadas para la actividad exportadora". Reforma (México, D.F.) 1995.
5. Zúñiga, Mariel, "Diseñan política industrial". Reforma (México, D.F.) 1995.

MEDIOS ELECTRONICOS

1. <http://www.bancomext.com.mx/sectorial/confeccion.htm/>
2. <http://www.dratek.co.uk/publicaciones/ciotecon>
3. <http://www.guanajuato.gob.mx/cofoce>
4. <http://www.pantone.com/textiles>
5. <http://www.sai.gob.mx>
6. <http://www.sicp.gob.mx>
7. <http://www.webmaster.net.com/atma>