

875208

5  
24



# UNIVERSIDAD VILLA RICA

FACULTAD DE CONTADURIA Y ADMINISTRACION  
ESTUDIOS INCORPORADOS A LA  
UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO

LOS COSTOS EN LA FORMACION DEL  
PRECIO DE EXPORTACION

## T E S I S

QUE PARA OBTENER EL TITULO DE:

LICENCIADO EN CONTADURIA

P R E S E N T A :

*Mauro Alejandro Gómez Terrones*

DIRECTOR DE TESIS  
C. P. M. A. Ramón Ríos Espinosa

REVISOR DE TESIS  
L. E. Andrés A. Baca Vela

BOCA DEL RIO, VER.

1998

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN



Universidad Nacional  
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

**Biblioteca Central**



**UNAM – Dirección General de Bibliotecas**  
**Tesis Digitales**  
**Restricciones de uso**

**DERECHOS RESERVADOS ©**  
**PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

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

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

**A mis Padres:**

Les agradezco el amor y apoyo incondicional que siempre me han brindado ya que de ello dependió el alcanzar esta meta, gracias por estar en cada momento importante de mi vida.

**A mis hermanos:**

Gracias por su cariño ya que siempre que necesité su apoyo y colaboración estuvieron a mi lado, comparto mi sueño hecho realidad con ustedes.

**A mis Profesores:**

Por haberme dado su sabiduría y sus enseñanzas, sin ellas esto no hubiera sido posible. Mil Gracias.

**A mis Compañeros y Amigos:**

265  
Simplemente gracias por haberme brindado su apoyo cuando lo necesité

265648

# **INDICE**

	Pagina
INTRODUCCION.	1
 <b><u>CAPITULO 1.- METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION.</u></b>	
1.1.- PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.	4
1.2.- JUSTIFICACION.	7
1.3.- OBJETIVO.	10
1.4.- HIPOTESIS.	10
 <b><u>CAPITULO 2.- COMERCIO INTERNACIONAL.</u></b>	
2.1.- INTRODUCCION AL COMERCIO EXTERIOR.	11
2.2.- IMPORTANCIA Y ALCANCE DE LA ECONOMIA. INTERNACIONAL.	12
2.3.- EL COMERCIO INTERNACIONAL Y LA ECONOMIA.	14
2.4.- EL COMERCIO INTERNACIONAL Y LA MERCADOTECNIA INTERNACIONAL.	15
2.4.1.- CUADRO DE SEMEJANZAS Y DIFERENCIAS ENTRE MERCADOTECNIA INTERNACIONAL Y EL COMERCIO EXTERIOR.	16
2.4.2.- CUADRO DE RELACIONES ENTRE LOS AGENTES PARTICIPANTES EN LOS MERCADOS INTERNACIONALES Y LAS ACTIVIDADES QUE REALIZAN.	17
2.4.3.- CUADRO DE SINTESIS DE LOS PERIODOS Y CARACTERISTICAS DEL COMERCIO INTERNACIONAL, A PARTIR DE LA SEGUNDA GUERRA MUNDIAL.	21
2.4.4.- LA ORGANIZACIÓN INTERNACIONAL DE LA EMPRESA.	21

## II

2.4.5.- LA DISTRIBUCION INTERNACIONAL.	22
2.4.6.- LA FACTIBILIDAD.	23
2.4.7.- LA PROMOCION EN EL COMERCIO INTERNACIONAL.	24
<b>2.5.- BALANZA DE PAGOS</b>	<b>25</b>
2.5.1.- DEFINICIONES.	26
2.5.2.- EFECTOS POSITIVOS Y NEGATIVOS DE LA BALANZA DE PAGOS.	30
2.5.3.- ESTRUCTURA RESUMIDA DE LA BALANZA DE PAGOS.	31
<b>2.6.- BALANZA EN CUENTA CORRIENTE.</b>	<b>32</b>
2.6.1.- BALANZA COMERCIAL.	32
2.6.2.- BALANZA DE SERVICIOS.	33
2.6.3.- TRANSFERENCIAS.	34
<b>2.7.- BALANZA EN CUENTA DE CAPITAL.</b>	<b>35</b>
<b>2.8.- ERRORES Y OMISIONES.</b>	<b>37</b>
<b>2.9.- VARIACIONES DE LA RESERVA.</b>	<b>37</b>

### **CAPITULO 3.- PROGRAMAS DE FOMENTO PARA LAS EXPORTACIONES.**

3.1. (PITEX). PROGRAMA DE IMPORTACION TEMPORAL PARA PRODUCIR ARTICULOS DE EXPORTACION.	42
3.2.-(ALTEX). PROGRAMA DE EMPRESAS ALTAMENTE EXPORTADORAS.	52
3.3.-(DRAWBACK). DEVOLUCION DE IMPUESTOS DE IMPORTACION A LOS EXPORTADORES.	56

## **CAPITULO 4.- FORMACION DEL PRECIO DE EXPORTACION.**

<b>4.1.- LOS COSTOS EN LAS EXPORTACIONES.</b>	<b>60</b>
4.1.2 .-CONCEPTOS Y CLASIFICACION DE COSTOS.	60
4.1.3 .-FIJACION DE PRECIO USANDO COSTEO MARGINAL O DIRECTO.	67
4.1.4 .-EL PUNTO DE EQUILIBRIO.	67
4.1.5 .-COSTEO MARGINAL MIXTO.	70
4.1.6 .- COSTEO ABSORBENTE.- PRECIO N°1.	71
4.1.7 .- EFECTO MARGINAL PRECIO N° 2.	72
4.1.8 .- COSTEO DIRECTO PRECIO N°3.	73
4.1.9 .- COSTEO POR COMPETITIVIDAD INTERNACIONAL.	74
<b>4.2.- FIJACION DE PRECIOS Y LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.</b>	<b>75</b>
<b>4.3.- REGLAS DE COMPRA-VENTA INTERNACIONAL.</b>	<b>77</b>
4.3.1.- INCOTERMS.	80
4.3.2 .-CUADRO DE INCOTERMS.	81
<b>4.4.- COTIZACION EN BASE A COSTOS. (COSTING).</b>	<b>89</b>
4.4.1.- LA HOJA DE COSTOS.	89
4.4.2.- LA MATRIZ DE COMPROBACION.	90
<b>4.5.- COTIZACION EN BASE AL MERCADO COMPETENCIA. (PRICING).</b>	<b>92</b>
4.5.1.- CONCEPTOS.	92
4.5.2.- METODOLOGIA.	93
4.5.3.- APLICACION PRACTICA.	94
<b>CONCLUSIONES.</b>	<b>97</b>
<b>BIBLIOGRAFIA.</b>	<b>100</b>

## **INTRODUCCION.**

La fuerte contracción de la economía en 1995 obligo a las empresas que tradicionalmente vendían en México y que vieron cerrado su mercado ir a la búsqueda de otras opciones. Estas situaciones motivaron un cambio cualitativo en la reacción de los empresarios.

México tiene todo para ser un país exportador: mano de obra calificada, recursos naturales, infraestructura, posición geográfica privilegiada, tratados internacionales que nos dan un trato preferencial a los principales mercados mundiales.

En la actualidad exportar debe ser parte de las actividades prioritarias de las empresas, ya que les permitirá establecer planes de negocios mas estables y de largo plazo.

Las empresas que se inician en la exportación no necesariamente tienen que ser grandes corporaciones o contar con departamentos especiales en comercio exterior.

Muchas empresas mexicanas participan en la actividad exportadora. Empresas pequeñas, medianas y grandes, con poca o gran experiencia, venden productos y servicios en el extranjero. Algunas con éxito, otras realizan esfuerzos por participar o mantenerse en los mercados internacionales.

El empresario podrá convertirse en exportador vendiendo directamente sus productos en el exterior. También puede ser exportador indirecto al vender

materias primas y bienes intermedios que son necesarios en la fabricación de los productos de exportación final.

El precio de los productos a exportar juega un papel muy importante para el éxito del negocio, ya que al exportar a un país determinado no solo se competirá con los productos que ese país produzca sino también con los productos que ese país importe de otros países, por lo que en este trabajo de tesis se pretende demostrar que el adecuado manejo de los costos es fundamental para la formación de un precio de exportación competitivo en el extranjero.

El presente trabajo de investigación se desarrolla de la siguiente manera:

En el primer capítulo se presenta la metodología de la investigación, misma que incluye el planteamiento del problema, la justificación del trabajo, los objetivos que esta tesis persigue, así como la hipótesis planteada.

En el segundo capítulo el lector podrá introducirse al mundo del comercio exterior, conocer acerca de su evolución, de la mercadotecnia en el mismo, de la relación que tiene con la economía tanto nacional como internacional, así como el significado de la balanza de pagos en todos y cada uno de sus rubros.

En el tercer capítulo se hace referencia a los programas de fomento y/o apoyo que el gobierno federal ofrece a las empresas exportadoras, tales como ALTEX (programa de empresas altamente exportadoras), PITEX (programa de importación temporal para producir artículos de exportación) y el DRAWBACK (devolución de impuestos de importación a los exportadores, así como los beneficios que estos programas ofrecen, los requisitos para obtenerlos, y los procedimientos.

En el capítulo cuarto podrá conocer como se clasifican los costos para efectos de entender los distintos tipos de costeo para la determinación del precio de exportación, así como los INCOTERMS o términos de comercio internacional para cotizar en las negociaciones internacionales, el papel que juega el punto de equilibrio entre otros aspectos de importancia, en este capítulo también se incluye su aplicación practica con el fin conocer el mecanismo para formar un precio de exportación por el método de costeo absorbente mismo que es uno de los mas empleados y recomendados en la actualidad.

**CAPITULO 1**

**METODOLOGIA  
DE LA  
INVESTIGACION.**

## 1.1.-PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.

El país a raíz de la fuerte crisis económica que ha sufrido en los últimos años se ha visto en la necesidad de buscar alternativas para que la economía y la calidad de vida de los mexicanos mejore, por lo que ha puesto especial interés en apoyar a todas aquellas empresas sean grandes, medianas o pequeñas que estén interesadas en invertir, para que productos mexicanos se coloquen dentro de mercados internacionales.

Exportar no es fácil. La exportación, como cualquier otro negocio, tiene sus propias dificultades, por lo que se requiere de esfuerzo , preparación cuidadosa en la formación de un precio competitivo e información entre otros aspectos.

El país pasa por una delicada situación económica por lo que es conveniente atraer divisas y promover dentro de los diferentes sectores productivos y de servicios en el país las exportaciones de productos de calidad a precios accesibles y competitivos.

En la actualidad la realización de negocios requiere cada vez mas que los empresarios estén mejor preparados para enfrentar los retos de participación en el comercio internacional. En este sentido, conocer las etapas, los servicios de apoyo y el buen manejo de los costos para la formación de un precio competitivo de exportación constituyen importantes herramientas.

Existe una considerable falta de información acerca de oportunidades y de otras posibilidades existentes en mercados externos; Entre las cuales se pueden citar las siguientes:

- Falta de promoción y conocimiento por parte de los contadores y economistas acerca de las oportunidades que en la actualidad se pueden obtener para exportar productos nacionales.
- Ignorancia por parte de los contadores de como funcionan y como se manejan los costos en productos dirigidos a mercados externos.
- Falta de conocimiento acerca de los beneficios que programas del Gobierno Federal para el fomento al comercio exterior ofrecen.
- Desconocimiento por parte de los productores e inversionistas de como poder lograr un precio competitivo de sus productos en otros países.
- Falta de calidad en los productos mexicanos y temor a competir con los extranjeros.

Y debido a desinterés o descuido de muchos inversionistas es importante fomentar en la cultura mexicana las posibilidades de ampliar horizontes y de esta manera beneficiar tanto a los profesionistas, empresarios y mexicanos en general atrayendo divisas al país.

Hoy en día existen muchas oportunidades en cuanto a financiamientos, e información para quienes deseen exportar o incurrir en el comercio exterior con precios competitivos, sin embargo existe un gran desconocimiento de estas oportunidades así como del adecuado manejo de los costos y aplicación de los mismos para formar un precio conveniente en los productos a exportar.

En la mayoría de los casos los Contadores Públicos no saben como manejar los costos para productos de exportación y así lograr un buen precio de exportación.

La mayoría de las veces los empresarios e inversionistas no saben a quién recurrir y cómo hacerlo, cuando necesitan apoyo para su desempeño en el comercio exterior, así que los contadores juegan un papel importante en el manejo adecuado de estos apoyos, tanto fiscales como financieros.

En el caso de que esta falta de conocimiento e información persista o de que no se ponga atención debida a estas situaciones, podría darse el caso de que al pasar de los años nuestra economía, así como empresarios y profesionistas perdieran oportunidades muy valiosas, en el caso de no manejar adecuadamente los costos de producción, podrían nuestros productos encontrarse en mayor desventaja con los de algunos países del extranjero y simplemente provocaría que los productos mexicanos difícilmente pudieran competir con los de otros países, ahora bien, si los profesionistas mexicanos como contadores públicos, no se encuentran actualizados en materia de tratados internacionales, programas de fomento al comercio exterior como PITEX (programa de importación temporal para producir artículos de exportación), ALTEX (programa de empresas altamente exportadoras), y DRAWBACK (devolución de impuestos de importación a los exportadores), entre otros y la forma de manejar adecuadamente sus costos de producción para la exportación, provocaría que otros profesionista extranjeros se especializan en la materia y acaparar así un importante campo de trabajo que es sumamente necesario para nuestro país. Por otra parte en el caso de que tanto profesionistas, inversionista y mexicanos en general no pongan la debida atención a esta importante fuente de ingresos como lo es el comercio con el exterior, y que instituciones educativas, y

de gobierno no difundan debidamente estas oportunidades que nuestro gobierno mismo ofrece provocaría que al no conocerlas simplemente no se aprovechen.

Es también importante mantener tanto la cuenta corriente como la balanza de pagos en general de nuestro país estable pues de esta manera podríamos convertirnos en una nación más confiable y atraer inversión extranjera que se convertiría en fuentes de trabajo para los mexicanos, de no ser así continuaríamos en la situación en la que nos encontramos o quizá empeoraríamos.

## **1.2 .- JUSTIFICACION.**

Las exportaciones constituyen un importante factor para el crecimiento económico de cualquier país, como lo demuestran aquellos países que han sorprendido al mundo por su rápido desarrollo basado en ventas al exterior con precios competitivos.

Las exportaciones constituyen el elemento más importante de ingreso de divisas, y son la herramienta que debe utilizar nuestro país para sacar el mayor provecho posible de los convenios comerciales que recientemente se han firmado con otros países, como es el caso del Tratado de Libre Comercio entre Estados Unidos, Canadá y México, el convenio del Grupo de los Tres, entre México, Colombia y Venezuela y los acuerdos de libre comercio con Chile, Costa Rica y Bolivia.

Debemos hacer notar que aunque muchas empresas exportan en forma ocasional, sería deseable que esta actividad fuera permanente, dentro de un plan financiero y de mercadotecnia.

Hoy mas que nunca, es imperioso que las autoridades y los empresarios tomen conciencia de la relevancia que tiene la actividad exportadora como sana fuente de crecimiento para el país

La actividad exportadora puede convertirse en un negocio para las empresas. No obstante, exportar con éxito requiere de preparación, conocimiento y buen manejo de los costos en la producción para lograr un precio de exportación que pueda competir en el exterior.

Si las exportaciones han demostrado en situaciones de paridad artificialmente controlada, ser un origen saludable de recursos, con mayor razón constituyen el medio idóneo para enfrentar el reto del sacar al país de la crisis económica en la que se encuentra.

Con una perspectiva más allá de la situación actual, crítica pero conyuntural, debemos insistir en que unidos, gobierno, empresarios y sociedad en general, emprendamos acciones de largo plazo para apoyar la creación y el fortalecimiento de una verdadera oferta exportable y se propicie la articulación de empresas medianas y pequeñas con grandes empresas, para alcanzar los beneficios derivados del comercio exterior, generando con ello empleo, mayores montos de ingresos y contribuyendo al crecimiento que requiere la economía nacional.

Todas estas medidas, sin embargo, no darán un verdadero impulso al desarrollo del país si no somos capaces de aceptar el reto que plantea, es decir el reto de exportar, por ello es necesario que Contadores Públicos conozcan el manejo adecuado de los costos en la producción para lograr así un buen precio para el mercado externo. En los últimos años el país ha incrementado notablemente el volumen de exportaciones, particularmente las manufacturas, pero el desafío sigue vigente. Podemos exportar en cantidades mucho mayores. Pero para lograrlo es necesario elaborar productos de calidad con precios competitivos analizando debidamente las variables (como los costos marginales, fijos y variables) que nos ayudan para lograrlo y distribuirlos eficientemente, con un conocimiento profundo de los mercados objetivo y de los procedimientos a seguir tanto en nuestro país como en el país que recibe nuestros productos.

En la medida en que un mayor número de empresas e individuos emprendedores tenga el conocimiento necesario para exportar, mayor será nuestro aprovechamiento de las grandes oportunidades que ofrece el mundo. La experiencia de los países altamente exportadores nos demuestra que este impulso se traduce en un mayor desarrollo y en rápidas ganancias en el nivel de vida de toda la población.

La marcha del mundo es irreversible. El impulso de las exportaciones es una prioridad y un compromiso del Gobierno, pero para ellos es necesario que las empresas mexicanas manejen adecuadamente su calidad y constituyan de manera adecuada recurriendo a técnicas como la de costeo marginal, costing, o pricing. Para su mejor desempeño en el mundo de las exportaciones.

### **1.3.- OBJETIVOS.**

- Mediante este trabajo de tesis se pretende introducir al lector al medio del comercio con el exterior.
- Se pretende mostrar los distintos programas con los que el Gobierno Federal apoya a las empresas exportadoras y los mecanismos mediante los cuales se pueden obtener estos apoyos.
- Mostrar la importancia del manejo de los costos para la formación de un precio de exportación competitivo en el extranjero.
- Mostrar la importancia de las exportaciones para México.

### **1.4.- HIPOTESIS.**

El adecuado manejo de los costos es fundamental para la formación de un precio de exportación competitivo en el extranjero.

**CAPITULO 2**

**COMERCIO  
INTERNACIONAL.**

## 2.1.- INTRODUCCION AL COMERCIO INTERNACIONAL.

Todos los países, en mayor o menor medida, tienen relaciones económicas con el exterior, ya que para su crecimiento económico dependen tanto del mercado interno como del externo. De hecho, no hay economías cerradas, ni autosuficientes económicamente en toda la diversidad de bienes y servicios. Los propósitos de autarquía o autoabastecimiento, además de no ser variables, no serían justificables a escala nacional porque evitarían lograr las ventajas del comercio.

El interés de los países por participar en forma creciente en el intercambio mundial proviene de que éste es una vía, aparte de la representada por el mercado interno, para lograr un empleo más amplio y eficiente de sus recursos productivos de toda índole, lo cual es un requisito para impulsar el crecimiento. El comercio con el exterior amplía el mercado interno.

La independencia económica entre los países se ha venido acentuando y diversificando dando como resultado que el comercio mundial registre cifras cada vez mayores, por la participación creciente de los países y la incorporación a los flujos del comercio de un número más diversificado de los bienes y servicios intercambiados. El proceso de globalización del comercio indica la extensión de éste a todos los países, a todos los bienes y servicios, a la vinculación internacional de los procesos productivos, etc. Los productos nuevos, resultantes de la aplicación de los avances de la tecnología y las crecientes corrientes de recursos financieros son los renglones más dinámicos. Como las operaciones de

intercambio con el exterior son de diversas categorías y sus resultados repercuten en diversa forma en la evolución de la economía nacional, los países tiene necesidad de establecer un registro minucioso y también organizado de sus operaciones de intercambio externo, tanto para fines de conocimiento y evaluación de la situación del país en esta materia (el enfoque positivo) y sobre todo, para adoptar las decisiones, es decir las medidas de política que se estimen necesarias para mejorar la posición del país respecto al exterior (el enfoque normativo). Este es el lugar que corresponde a la "Balanza de pagos" internacionales de los países, lo cual resulta de gran importancia para fines de este trabajo de tesis. (Misma que se detalla más adelante).

## **2.2.- IMPORTANCIA Y ALCANCE DE LA ECONOMIA INTERNACIONAL.**

¿De qué se trata la economía internacional?. La economía internacional estudia la manera como interactúan diferentes economías en el proceso de asignar los recursos escasos para satisfacer las necesidades humanas. Mientras la teoría económica general se ocupa de los problemas de una sola economía cerrada, entendiendo por esta a la política establecida por el Gobierno de un país mediante la implantación de requisitos y la existencia de impuestos a la importación, no alentando a la competencia internacional dentro de sus fronteras.

La economía internacional se centra en los problemas de dos o más economías, examinando los mismos problemas de la teoría económica general, pero analizándolos en un contexto internacional, es más amplia que una

economía cerrada, y es este último un caso especial de la economía internacional en la cual el número de países que comercien se reduce de muchos a uno solo.

El estudio de la teoría económica general, en la medida que se ocupa de los problemas de una economía cerrada, es solamente una primera (pero necesaria) etapa hacia el estudio del comportamiento de una economía real. Con seguridad, en el mundo real no existe ninguna economía cerrada, excepto la economía mundial misma.

Así como la teoría económica se divide en microeconomía y macroeconomía, la economía internacional se divide en dos ramas principales:

- El **“Comercio Internacional”**.- Es una teoría de intercambio de equilibrio estático de largo plazo, en el cual se supone que ha sido completado el proceso de ajuste monetario de corto plazo, con el dinero en su papel clásico de velo. El enfoque de la teoría del comercio internacional, por su naturaleza es básicamente microeconómico.<sup>1</sup>
- Las **“Finanzas Internacionales”**.- Esta teoría se centra en los aspectos monetarios de las relaciones internacionales. Por su naturaleza, su enfoque es principalmente macroeconómico y se ocupa particularmente de los problemas a corto plazo de desequilibrio y ajuste de la balanza de pagos, (misma que se detalla más adelante).<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> Kindlegerger. Economía Internacional. Editorial Aguilar. Edición Original 1968 P.358

<sup>2</sup> Idem

## 2.3.- EL COMERCIO INTERNACIONAL Y LA ECONOMIA.

La persona que se acerca a la economía internacional por primera vez puede muy bien preguntarse ¿por qué ésta constituye una rama especial de la economía?. El dinero y la banca, la economía de trabajo y la teoría de los precios son partes perfectamente delimitadas de esta disciplina. El comercio internacional sin embargo, parece ser simplemente economía general aplicada en un marco particular. ¿Porqué no tratar la distribución y el intercambio dentro de la microeconomía y lo relativo al dinero y a la renta dentro de la macroeconomía, y dar por liquidada la cuestión?.

Esta es una pregunta legítima, y puede ser respondida de muy diferentes formas. El comercio internacional es tratado como materia independiente por tradición, por los apremiantes e importantes problemas que la economía internacional plantea en el mundo real, porque sigue leyes diferentes de las del comercio interior y porque su estudio aclara y enriquece nuestro conocimiento de la economía como un todo.

Sin embargo, la separación del comercio internacional como disciplina no se basa exclusivamente en discusiones teóricas sobre esta materia. Hacen falta hechos y cifras para convertir la economía de filosofía política en ciencia social. Originalmente. Los datos se obtenían de dos fuentes: de los distintos mercados de las ciudades y pueblos y de la información recogida por las aduanas reales.

Los datos de los mercados no podrían sumarse con vistas a obtener una imagen del conjunto, porque no todos los mercados estaban incluidos. Sin embargo, englobando la información recogida en los diferentes puertos de entrada, podría formarse una idea general del comercio internacional, correcta salvo por los errores debidos al contrabando. Las estadísticas del comercio exterior fueron, pues, la primera fuente de información para la investigación económica empírica. Por otra parte, el estudio de las relaciones entre las entidades económicas debe comenzar a nivel de nación, única unidad para la que se dispone de datos adecuados.

## **2.4.- EL COMERCIO INTERNACIONAL Y LA MERCADOTECNIA INTERNACIONAL.**

Es común relacionar la mercadotecnia internacional con el comercio internacional, es decir identificarlos como sinónimos; Sin embargo, tienen diferencias que los hacen particulares.

- La **mercadotecnia internacional** comprende actividades que permiten efectuar el intercambio de productos, servicios e ideas, mediante el análisis y diseño de técnicas que incluyen a los precios, las promociones, la publicidad, los gustos y preferencias del consumidor, entre dos o más países, con el fin de satisfacer necesidades individuales y/o organizaciones.<sup>3</sup>

---

<sup>3</sup> Laura Ficher. Mercadotecnia. Editorial McGraw Hill. Segunda Edición pág.429

- El **comercio internacional** es el intercambio de bienes, servicios, ideas y otros, entre dos o más países que incluyen a diversos agentes económicos de diferentes nacionalidades.<sup>4</sup>

Para mostrar con mas claridad este planteamiento en el cuadro 2.4.1 se presentan las similitudes y diferencias entre ambos tipos de actividades.

**2.4.1 CUADRO** Semejanzas y diferencias entre la Mercadotecnia Internacional y el Comercio Exterior.

CARACTERÍSTICAS	MERCADOTECNIA	COMERCIO
Abarca dos o más países	si	si
La realizan una variedad de agentes económicos	si	si
Es el intercambio de bienes servicios e ideas	no	si
Indica cómo efectuar ese intercambio	si	no
Es una técnica	si	no
Es una actividad	si	si

Conforme se desarrollan ambas actividades sus diferencias fueron ampliándose debido tanto a que evolucionaban las actividades comerciales entre países, como porque las formas de hacer llegar los productos desde antes de su venta requerían de esfuerzos cada vez mas complejos.

A partir de la década de los 40 (al finalizar la Segunda Guerra Mundial) la tendencia del comercio internacional se caracterizo por ser "aperturista"; es decir, se tendió a eliminar las barreras arancelarias de todos los países en torno a una institución de carácter multilateral, llamada Acuerdo General sobre Aranceles y

<sup>4</sup> Laura Ficher. Mercadotecnia. Editorial McGraw Hill, Segunda Edición pág.429

Comercio (GATT, por sus siglas en inglés; en la actualidad se llama Organización Mundial del Comercio, OMC).

Este nuevo funcionamiento comercial provocó cambios profundos y cada vez más continuos en las modalidades y formas de comercio internacional entre los países. Los cambios en el escenario internacional no sólo impactaron en las actividades de comercio, sino que también las actividades de los agentes se fueron relacionando cada vez más con otras actividades vinculadas con el comercio y la mercadotecnia internacional, como los modos de producir, nuevas formas de inversión y nuevos patrones de consumo mundial. En el cuadro 2.4.2 se puede apreciar que los agentes participantes en los mercados internacionales toman sus decisiones en un entorno global, en el cual las decisiones de mercado están interconectadas con las de producción, inversión y consumo, además con la decisión de efectuar el comercio y elegir la técnica para colocar el producto entre sus clientes. Por supuesto, las decisiones varían dependiendo del tipo de agente económico de que se trate y al actividad preponderante que realice.

**2.4.2.- CUADRO** Relaciones entre los agentes participantes en los mercados internacionales y las actividades que realizan.

Agentes participantes en los mercados internacionales.	Actividades internacionales relacionadas con la mercadotecnia y el comercio internacional.
Empresas exportadoras. Empresas importadoras. Empresas productoras en otros países. Asociaciones estratégicas internacionales. Instituciones de crédito, de seguros y fianzas almacenes de depósito. Otras formas de inversión.	Venta de productos. Compra de productos. Producción, Inversión, venta y consumo. Producción, Inversión, venta y consumo. Inversión, créditos, seguros, fianzas, almacenaje e intermediación. Inversiones, venta y consumo.

El surgimiento de nuevos medios de comunicación y el incremento de la competencia internacional, incentivaron el desarrollo de técnicas mercadológicas más variadas y diferenciadas. El papel de éstas fue y ha sido el de permitir a las firmas que comercializan fuera de un país de origen, traspasar las barreras comerciales de los diferentes países y acceder con la misma oportunidad que los productores nacionales a los mercados domésticos más protegidos. Es así como la mercadotecnia fue adquiriendo mayor relevancia en el comercio internacional y a pasado a ser una de las tantas ventajas competitivas de las empresas importantes.

Es evidente que los antecedentes históricos de las actividades de comercio internacional datan de hace varios siglos, con destacadas culturas comerciantes como los Venecianos, los Fenicios, o los Arabes, pero lo que debe destacar es que principalmente el estudio de comercio internacional está muy relacionado con el sistema de mercado (capitalista) en el que vivimos en la actualidad.

Las firmas pioneras en realizar estudios de mercadotecnia internacional fueron las que iniciaron las aventuras de vender productos a otros países. En este esquema destacan, desde fines del siglo XVIII y XIX, Gran Bretaña, Holanda y las firmas de los países colonizadores de África, Asia y América, y en menor medida España.

En tiempos recientes, principios y mediados de este siglo, las firmas que más han destacado en los mercados internacionales han sido las manufactureras de Estados Unidos, Alemania, Gran Bretaña, Francia, Holanda y Bélgica; a partir

de la Segunda Guerra Mundial el predominio transnacional fue de Estados Unidos.

Después de ellos, desde las décadas de los 50 y 60, los esfuerzos más pujantes son realizados en Japón.

En la década de los 70 Japón y Alemania surgen como los países competidores de Estados Unidos en diferentes industrias punta y segmentos de mercado muy identificados. Además, estos países empiezan a tener una influencia directa sobre los países emergentes con importante presencia internacional.

A partir de esta década la barrera no arancelaria representan la restricción más importante en el comercio internacional.

En la década de los 80 surgen los "tigres del sudeste asiático", países de reciente industrialización con preferencia en los mercados internacionales, en los que gran parte de su desarrollo económico esta basado en las ventajas que pueden obtener del comercio internacional.

En este escenario, América Latina ha desempeñado un papel modesto en términos de participación en el comercio internacional, debido al modelo de desarrollo seguido desde la década de los 40, denominado "industrialización por sustituciones de importaciones". En este modelo consistía en proteger a la industria naciente con base en un mercado doméstico cautivo.

En la década de los 80 se generó un proceso "Aperturista" al comercio internacional en prácticamente todo el mundo. En México, este proceso se gestó desde 1982 y 1985, y se aceleró con la entrada de México al GATT en 1986.

Con el incremento en la competencia internacional y la tendencia "aperturista" al comercio internacional se tendió hacia una "internacionalización y globalización" de las actividades de la empresa y países, misma que se aceleró en la década de los 80 y sobre todo a partir de la crisis en los países del bloque exsoviético a finales de la misma década.

La década de los 90 se está caracterizando por diversos procesos dinámicos, en los cuales tiende a aumentar la participación de los países en las formas de comercializar sus productos, no sólo para obtener bienes finales que sean consumidos de inmediato, sino por bienes que contribuyan a elaborar otros bienes, imputando en forma dramática las relaciones tradicionales entre países y firmas. Se trata de procesos de internacionalización no únicamente del comercio, sino de todas aquellas actividades colaterales a la producción, la inversión y el consumo.

También se está generando zona de libre comercio, como formas de competencia entre países. La tendencia apunta a la "globalidad" del mundo, en todas sus formas. Esta tendencia también está impactando en los gustos y preferencias del consumidor, generando cambios en la cultura en los países y modificaciones en las formas y estilos de vida, de pensamientos y de respuesta al escenario.

**2.4.3.- CUADRO** Síntesis de los periodos y características del comercio internacional, a partir de la Segunda Guerra Mundial.

PERIODO (DÉCADAS)	CARACTERÍSTICAS
40 y 50	Reconstrucción y organización del mercado mundial, vía instituciones de carácter multilateral como GATT, el FMI, el Banco Mundial, la ONU, etc.
60	Tendencia a la eliminación de la competitividad de Estados Unidos y surgimiento de fuertes competidores internacionales: Japón y Alemania (RFA)
70	Tendencia a la creación de bloques comerciales, sobre todo en Europa. Incremento de proteccionismo en los países desarrollados vía barreras no arancelarias.
80	Incremento en la internacionalización de los mercados internacionales. Importante presencia de países en desarrollo en el comercio internacional sobre todo del sudeste Asiático (Corea, Singapur, Taiwan, Hong Kong).
90	Tendencias a conformar bloques comerciales internacionalizados. Surgimiento de nuevos países con alta presencia en el mercado internacional siguiendo a sus vecinos: Malasia, Indonesia; Filipinas. China resurge como "el gigante dormido"

#### **2.4.4.- LA ORGANIZACIÓN INTERNACIONAL DE LA EMPRESA.**

Los conceptos fundamentales manejados en este campo, parten de la definición de la administración como la facultad de planear, organizar, integrar, dirigir, y controlar los recursos de la institución para logros determinados.

Lo anterior trata de hacernos comprender la importancia que para la empresa tiene el estructurar una organización capaz de eficientar sus sistemas administrativos a fin de hacerla competitiva en las operaciones internacionales.

El campo específico de la organización empresarial nos induce a estudiar temas relacionados con el porqué y para qué organizarse para participar en el campo internacional, de los diversos tipos de compañías internacionales, de las organizaciones unilaterales y multilaterales hasta llegar a la asociación de empresas extranjeras, de consorcios de exportación y de empresas multinacionales con las recuperaciones que éstas tienen para la competencia dentro de los propios países que como México, tienen que hacer una competencia contra productos extranjeros dentro de su propio territorio.

#### **2.4.5.- LA DISTRIBUCION INTERNACIONAL.**

La distribución forma parte de las áreas que integran la actividad de mercadotecnia. Justamente con el estudio del producto, el estudio de la política de precios, de publicidad, promoción, y fuerza de venta, la distribución forma parte de las variables que integran la estrategia de mercadotecnia.

Ahora bien todas estas variables se encuentran estrechamente relacionadas ya que las decisiones tomadas por ejemplo, en cuanto a precios, afectarán las políticas y las decisiones que se tomarán en cuanto al aspecto de distribución y viceversa; así mismo el tiempo de producto a la estrategia de publicidad y promoción establecida afectaran a la distribución y viceversa.

Si partimos del concepto anterior, debemos entender que el concepto de distribución está íntimamente ligado a la comercialización eficiente de los productos ya que no únicamente se trata de seleccionar los sistemas o medios idóneos de distribución física de los productos sino también de lograr mediante dicha selección, interpretar la política comercial de los productos, las costumbres de los compradores, las prácticas comerciales tanto de los agentes de la distribución como la forma en que pueden ser punta de lanza y seguridad en las operaciones comerciales convirtiéndose de hecho en los principales promotores de la comercialización de los productos.

Las costumbres comerciales varían de país a país y con ello, el comportamiento de las cadenas de distribución pueden en un momento, complicar la logística comercializadora de los productos si para ello no se tiene la capacidad profesional selectiva de los citados sistemas.

El concepto "Canales de Distribución" esta ligado a conceptos tales como los de costo/eficiencia; conservación y almacenaje, servicio de postventa, política de precios regionales o zonales. El saber seleccionar un sistema de distribución afín al producto, a los intereses de la empresa, al mercado y sus consumidores, es parte vital de la permanencia en el comercio internacional.

#### **2.4.6.- LA FACTIBILIDAD.**

Debemos de identificar esta función con la herramienta que nos permite hacer una valuación de la posición del producto y de la empresa frente a los mercados internacionales conceptos tales como la determinación de la oferta

exportable, del comportamiento de los productos de una determinada empresa frente a diversas variables que se presentan tanto en la producción, control, adaptabilidad, manejo eficiente de la utilidad marginal, etc., parten del establecimiento real del objetivo central de la empresa, del reconocimiento de sus posibilidades así como determinar en una primera etapa el mercado o nicho de mercado adecuado al producto.

#### **2.4.7.- LA PROMOCION EN EL COMERCIO INTERNACIONAL.**

Dentro e las estrategias mercadológicas internacionales, los mecanismos de promoción son parte esencial de su operatividad.

La participación de los exportadores en ferias, exposiciones, muestras internacionales y misiones comerciales adquieren importancia en la medida en que la competencia nos obliga a confrontar las características de nuestros productos con los que se comercializan a nivel internacional.

El participar en este tipo de eventos, requiere de un amplio conocimiento que parte del propio de la empresa y sus productos hasta un análisis profesional de sus posibilidades en el campo internacional.

Se requiere de la comprensión de elementos como los de mercadotecnia como parte de las empresas, de una política definida de negociación internacional como parte promocional de los productos, de conocimientos básicos de la política comercial de los países así como de los instrumentos que en el campo de la promoción aplican. Parte importante de esta área, la constituye el conocimiento sobre el cómo, porqué y para qué participar en un evento internacional así como

en cada una de las diferentes etapas que tales eventos requieren de quienes participan en eventos de naturaleza internacional siendo éstas las previas al evento, las que suceden durante el desarrollo del mismo así como de las que cierran el ciclo de participación con informes de los que se derivan los resultados reales alcanzados con la participación de la empresa y sus productos en los eventos internacionales.

## 2.5.- BALANZA DE PAGOS.

Las operaciones de comercio con el extranjero, como ya se dijo, son muy numerosas y de diferente naturaleza por el objeto o materia del intercambio. Pero se dividen y clasifican en dos grandes grupos: uno, las que representan ingresos para el país o sea las que contablemente son créditos (+) y, otro, las que constituyen egresos o pagos al exterior y que contablemente representan débitos (-). El ejemplo más claro de las operaciones del primer grupo son las exportaciones de mercancías, mientras que las importaciones de mercancías son el caso típico de las operaciones del segundo grupo.

Entendiéndose como **exportaciones** al conjunto de mercancías y servicios que el país **vende** al extranjero y como **importaciones** al conjunto de mercancías y servicios que un país **compra** a otro.

Los países dedican considerables esfuerzos a la captura y registros de los datos básicos del intercambio y a la elaboración de la balanza o estado contable en que se resumen los resultados de éste. Pero el interés oficial en el tema va mucho mas allá de la elaboración estadística y contable, ya que, para las oficinas públicas encargadas de impulsar el comercio exterior y de conducir la política general, es indispensable conocer e interpretar la Balanza de Pagos a nivel general y él de sus principales componentes. El tema es también de mucho interés para las organizaciones empresariales, los investigadores económicos, etc. Casi todos los días se encuentran en la prensa, noticias referentes al comportamiento de comercio, ya sea en cuanto a un producto en particular (por ejemplo el tomate, el café), o a los productos de un sector (las hortalizas, los automóviles por ejemplo), a la balanza comercial de mercancías, a las perspectivas del turismo a propósito de la reciente devaluación, etc.

### **2.5.1.-DEFINICIONES DE BALANZA DE PAGOS.**

Podemos indicar que la balanza de pagos se define como:

- El documento estadístico que registra todas las transacciones económicas efectuadas por el gobierno, las empresas e individuos (residentes), con el resto del mundo(no residentes).<sup>5</sup>

En este documento se asientan los intercambios de mercancías y servicios y los movimientos de capitales de cualquier clase. De los tres grupos de participantes mencionados el más importante es el de las empresas porque son

---

<sup>5</sup> Kindlegerger. Economía Internacional. Editorial Aguilar. Edición Original 1968 pág.457

las que hacen la mayor parte de ventas y compras; la participación de los individuos es importante en el caso del turismo y en el rubro de las remuneraciones recibidas o pagadas, y la del gobierno es importante por las operaciones de crédito y la emisión de títulos colocados en los mercados del exterior. Son participantes residentes los que operan en o desde el interior del país realizando las exportaciones o importaciones y no residentes, los radicados en el exterior que constituye las contrapartes de los residentes.

Para poder tener mayores elementos de juicio y apoyar al tema se incluyen a continuación las siguientes definiciones de **BALANZA DE PAGOS**.

- Documento en que se registran sistemáticamente las transacciones económicas de un país con el exterior, representadas por compras y ventas de mercancías, movimientos de capital y transferencia de tecnología.<sup>6</sup>
- La Balanza de pagos de un país es "Un registro sistemático de todas las transacciones económicas entre los residentes del país en cuestión y los residentes de países extranjeros".<sup>7</sup>
- Registro contable que mide todos los flujos económicos que entran y salen de un país constituye un indicador global de los flujos de bienes, servicios y capital entre un país y el resto del mundo.<sup>8</sup>

Parece interesante que en la anterior definición, aparte del contenido de la misma, la función de medición y no sólo de representación, que se da a este

---

<sup>6</sup> Zorrilla Arena, Santiago Y José Silvestre Méndez Morales. Problemas Políticos y Económicos de México. Editorial Mcgarw Hill. Tercera Edición pág. 286

<sup>7</sup> Kindlegerger. Economía Internacional. Editorial Aguilar. Edición Original 1968 pág.454

<sup>8</sup> Samuelson, Paul A. Y William D. Nordhaus, Economía Decimotercera Edición, Mc Graw Hill, 1990 P.1058

indicador y la mención de los flujos de capital, en adición a la de bienes y servicios con la que generalmente se asocia la idea del comercio.

Otra definición da una idea más general y enfatiza la presentación en la forma de estado contable.

- La balanza de pagos es la declaración contable de las transacciones económicas internacionales de una nación durante un periodo dado, por lo común un año.<sup>9</sup>

Esta definición es más general que la anterior porque se refiere genéricamente a las transacciones económicas internacionales de una nación mientras aquella hace referencia a los flujos de bienes, servicios y capitales. Asimismo esta última alude a una declaración contable que se prepara para un periodo dado.

Esta declaración, cuya elaboración responde a disposiciones oficiales y administrativas sobre el particular, se prepara para conocimiento de las autoridades encargadas de evaluar el comportamiento del comercio con el exterior para adoptar las medidas que sean aconsejables. Pero también sirve para normar criterios y adoptar medidas de política para numerosos participantes y observadores: las empresas, las organizaciones empresariales, los analistas de las cuestiones económicas y comerciales, etc.

Tiene también aplicación en el estudio y definición de las relaciones con el exterior, puesto que para los gobiernos extranjeros y los organismos financieros

---

<sup>9</sup> Clement, Norris C. John C. Pool y Mario M. Carrillo Economía.. Edición Mc Graw Hill, 1986, pág. 267

internacionales, es de interés conocer la situación y perspectivas de las transacciones económicas del país.

Resulta importante mencionar que estadísticamente la balanza de pagos no es más que una declaración contable. En ella, los asientos relativos a las operaciones se inscriben conforme al sistema de doble entrada o partida doble, por lo que cada transacción económica se asienta dos veces: una en el crédito (+) y otra en el débito (-).

En el crédito se consignan:

- Las exportaciones de mercancías y servicios,
- Los ingresos recibidos del exterior por concepto de servicios pagados a los factores productivos nacionales,
- Las transferencias unilaterales recibidas,
- Los aumentos de pasivo
- Las disminuciones de activos.

En el débito se registran:

- Las importaciones de mercancías, y servicios,
- Los pagos al exterior por conceptos de servicios de factores productivos (remuneraciones a trabajadores, intereses al capital recibido en préstamo, etc.).
- Las transferencias unilaterales pagadas
- Los aumentos de activos y disminuciones de pasivos.

La formulación de la balanza de pagos, dicen algunos expertos, es una operación de contabilidad muy compleja y requiere un conocimiento preciso de numerosos conceptos y de su registro adecuado y funcional. Esta complejidad parece ser mayor en lo referente a los movimientos de capital, ósea en las transacciones financieras. Véase que en el párrafo anterior se dijo que los aumentos de pasivos y las disminuciones de activo son contablemente créditos mientras los aumentos de activos y disminuciones de pasivos son débitos. La explicación está en que las primeras se asemejan a las exportaciones de mercancía en cuanto a que generan ingresos para el país, en tanto que las segundas se asemejan a las importaciones porque motivan egresos.

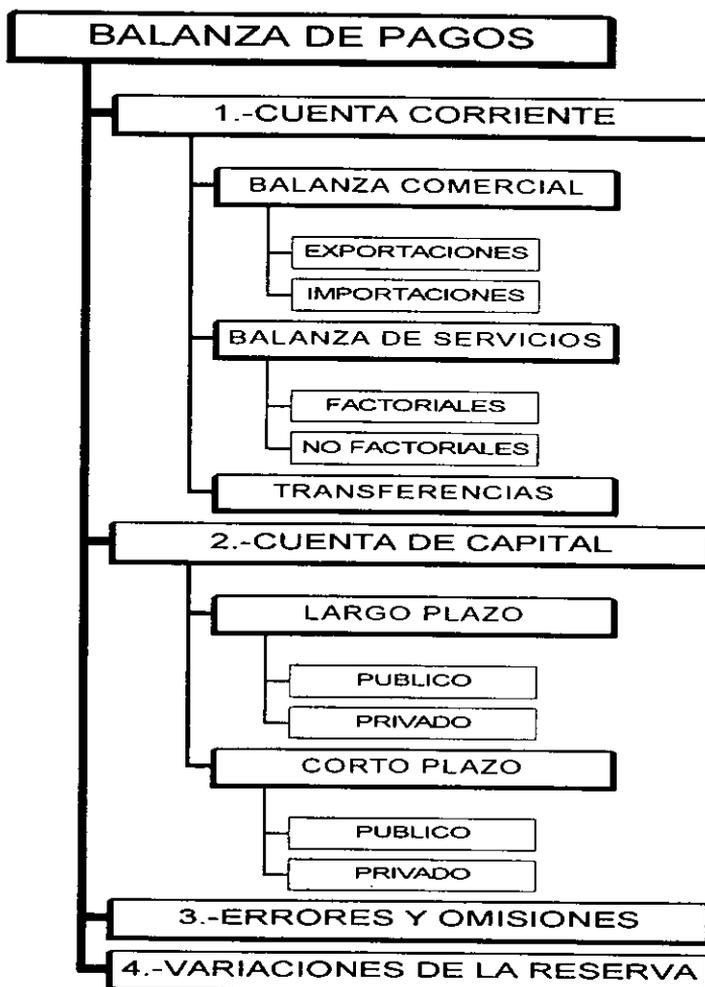
### 2.5.2.- EFECTOS POSITIVOS Y NEGATIVOS DE LA BALANZA DE PAGOS.

<b>Positivos (+) (Créditos)</b>
1.-Cualquier recepción de dinero extranjero.
2.-Cualquier beneficio sobre una inversión en un país extranjero.
3.-Cualquier venta de bienes o servicios en el exterior ( Exportaciones).
4.-Cualquier donativo o ayuda de un país extranjero.
5.-Cualquier venta de acciones o bonos en el extranjero.

<b>Negativos (-) (Deudas)</b>
1.-Cualquier pago a un país extranjero.
2.-Cualquier inversión en un país extranjero.
3.-Cualquier compra de bienes o servicios en el exterior ( Importaciones).
4.-Cualquier donativo o ayuda en un país extranjero.
5.-Cualquier adquisición de acciones o bonos en el extranjero.

### 2.5.3.- ESTRUCTURA RESUMIDA DE LA BALANZA DE PAGOS.

Este estado contable que resume los resultados de las transacciones económicas con el exterior se compone de cuatro partes: 1.- Balanza en cuenta corriente, 2.- Balanza de capital, 3.- Errores y omisiones, 4.- Variaciones de la reserva bruta.



## **2.6.- BALANZA EN CUENTA CORRIENTE.**

Esta se refiere a la diferencia entre el total de exportaciones y las importaciones de bienes y servicios. Es la primera parte de la balanza de pagos y un agregado más amplio que el de la venta y compra de mercancías del exterior.

En otros términos, la cuenta corriente incluye todas las transacciones por venta y compra de mercancías y servicios factoriales y no factoriales y las transferencias unilaterales las cuales no surgen de operaciones comerciales. La cuenta corriente, a su vez, esta subdividida en: Balanza Comercial, Balanza de Servicios y Transferencias Unilaterales.

### **2.6.1.-BALANZA COMERCIAL.**

Es el primer renglón de la cuenta corriente. En la parte de los ingresos, se refiere a la exportación de mercancías y en la parte de los egresos a la importación de mercancías. Aunque no parezca necesario decirlo, las exportaciones están constituidas por las mercancías de producción nacional que son adquiridas por el resto del mundo, en tanto que las importaciones son las compras de mercancía que se producen en el resto del mundo y que son adquiridas por los residentes del país.

Comúnmente las exportaciones de mercancía se representan con una X y las importaciones de mercancías con una M. De tal manera que  $X - M =$  Saldo de la balanza comercial.

El saldo de la balanza comercial puede ser positivo o negativo, o mejor dicho, superavitario o deficitario: cuando  $X > M$  existe superávit; cuando  $X < M$  existe déficit.

Por otra parte los países exportan o importan diferentes tipos de mercancías. Por ello, la balanza comercial se desagrega en: Bienes de consumo, Bienes intermedios y Bienes de capital.

**Bienes de consumo.**- Estos son los bienes de consumo final, como los alimentos, los artículos de vestido, los medicamentos preparados y los automóviles para uso no comercial.

**Bienes intermedios.**- Están constituidos por las materias primas, las partes y piezas que se utilizan en la fabricación de productos de consumo final.

**Bienes de capital.**- Están representados por los equipos industriales, la maquinaria y otros bienes similares que se utilizan en procesos de producción pero que no se incorporan en forma material a los artículos producidos, sino sólo por los cargos por depreciación (consumo de capital).

## 2.6.2.- BALANZA DE SERVICIOS.

Está integrada por los servicios **factoriales** y los servicios **no factoriales**.

Los servicios **no factoriales.**- son aquellos servicios que no constituyen retribuciones a algún factor productivo.

Las partidas son:

INGRESOS
Servicios por transformación. Transportes diversos. Viajeros al interior. Viajeros fronterizos. Otros servicios.

EGRESOS
Fletes y seguros. Transportes diversos. Viajeros al exterior. Viajeros fronterizos. Otros servicios.

Los servicios factoriales.- Son aquellos servicios que constituyen retribución a algún factor de la producción: los intereses pagados al capital recibido en préstamo; los salarios recibidos o pagados por concepto de trabajo; las retribuciones pagadas a técnicos, profesionales y ejecutivos, etc.

Los principales rubros son:

INGRESOS
Intereses. Otros.

EGRESOS
Financieros. No financieros.

### 2.6.3-TRANSFERENCIAS.

Son recursos obtenidos del exterior o enviados al resto del mundo, pero que no constituyen ninguna retribución por empleo de recursos: donativos, pensiones, remisiones intergubernamentales, contribuciones pagadas a organismos nacionales no financieros etc.

## 2.7.- BALANZA EN CUENTA DE CAPITAL.

La balanza de capitales o cuenta de capitales netos, registra la entrada y salida de divisas del país, por conceptos relacionados con inversiones y préstamos así como las ganancias e intereses que se generen. Si hay mayores entradas de divisas que salidas, la balanza de capitales será superavitaria y deficitaria cuando haya más egresos que ingresos.

Sin embargo, no hay que olvidar que se trata de capitales externos, y que una entrada de capitales por préstamos o inversiones generaran en el largo plazo la salida de ese capital más una ganancia o interés; a su vez, una salida de capitales por prestamos o inversiones provocaran en el largo plazo el regreso del capital más la ganancia e intereses generados pero en realidad esto no ha ocurrido así para el caso mexicano, ya que muchos capitales de mexicanos en el exterior no han regresado como se pensaba es por esto que es importante notar que en esta cuenta no se incluyen los pagos de intereses, tampoco se incluyen las utilidades a la inversión extranjera directa. Ambas están en la cuenta corriente antes explicada y precisamente en el rubro de servicios factoriales. Los intereses son pagos al factor capital y las utilidades son retribuciones al factor empresarial, titular de la propiedad de los bienes de capital de la empresa.

La cuenta de capital se subdivide en publica y privada y se agrupa en corto plazo (hasta un año) y largo plazo.

La balanza de capitales o cuenta de capital se encuentra integrada por los siguientes rubros:

- Largo Plazo
  - A).- Pasivos
    - a) Sector bancario
    - b) Sector no bancario.
    - c) Otros pasivos.
  - B).- Activos.
  
- Corto Plazo.
  - A).- Pasivos.
    - a) Sector bancario
    - b) Sector no bancario.
    - c) Redocumentaciones y otros financiamientos.
  - B).- Activos.

Por otra parte existen autores que mencionan que los movimientos de capital (financieros) entre la economía nacional y el sector del mundo, incluye:

- Ingresos
  - Disposiciones de crédito y colocaciones de deuda pública y privada en el resto del mundo.
  - Inversión extranjera directa.

- Egresos
  - Amortización de la deuda externa

## **2.8.- ERRORES Y OMISIONES.**

Es una cuenta auxiliar cuya inclusión en la balanza de pagos obedece a que cuando se realizan los registros de las diferentes transacciones de un país con el resto del mundo, normalmente se incurre en pequeños errores motivados básicamente por imprecisión en los datos proporcionados por fuentes de información. Esta cuenta auxiliar permite saldar la balanza de pagos en términos contables.

En esta cuenta se registran los faltantes no contabilizados que significan errores; así mismo, se incluyen el contrabando y la "fuga de capitales", cifras que no tienen una contra partida contable.

## **2.9.- VARIACION DE LA RESERVA.**

Es la última de las cuatro grandes cuentas que integran la balanza de pagos. Se refiere a los resultados finales de las transacciones económicas con el exterior, y repercuten en las reservas del banco central, (Banco de México).

Los movimientos superavitarios o deficitarios de la cuenta corriente y de capital, que no llegan a compensarse entre si provocan variaciones de las reservas en moneda extranjera en poder del banco central (Banco de México). A estas reservas en moneda extranjera, acumuladas en el tiempo, pueden agregarse oro y plata que son mercancías aceptadas tradicionalmente en pago de operaciones internacionales.

Además, la reserva puede aumentarse con los Derechos Especiales de Giro (DEG) que son una moneda especial creada por el sistema financiero internacional y administrada por el Fondo Monetario Internacional para dar liquidez a los países y facilitar el comercio internacional. En noticias y comentarios recientes sobre la difícil situación financiera del país, se ha mencionado que posiblemente una parte pequeña de los recursos que podría proporcionar el sistema financiero mundial estaría constituido por DEG.

En el caso de nuestro país el renglón del Banco de México, se encuentra integrado por los siguientes elementos:

1. Variación de la reserva bruta, que es la cantidad de reservas monetarias que aumentan o disminuyen en un año y que son manejadas por el Banco de México. Esta cifra se conoce diariamente.
2. Asignaciones de derechos especiales de giro (DEG) que son una especie de divisa internacional emitida por el FMI, a la cual tienen acceso todos los países miembros que poseen reservas monetarias en el Fondo, como es el caso de México.

3. Compraventa de oro y plata, rubro que antes se registraba en la balanza de cuenta corriente, pero que debe ser manejada por el Banco de México, porque en sus reservas manejan oro y plata.
4. Ajustes por valoración, se registran en forma anual, porque puede ser que algunos activos monetarios del Banco de México se revalúen o se devalúen según sea el caso y se deben ajustar de acuerdo con su nuevo valor.

La balanza de pagos como lo hemos mencionado anteriormente se encuentra integrada por cuatro grandes conceptos como lo son:

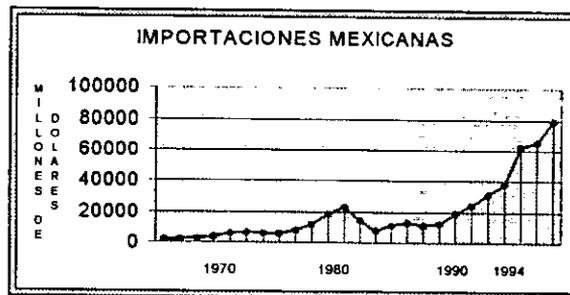
- La balanza en cuenta corriente.
- La balanza de capitales
- Errores y omisiones.
- Y variación de la reserva o Banco de México.

Anteriormente el Banco de México quien es el responsable de elaborar la balanza de pagos así como de informar acerca de esta a las autoridades Federales, mostraba cinco renglones, porque presentaba el concepto de Derechos especiales de giro que ahora se integra a la variación en la reserva del Banco de México.

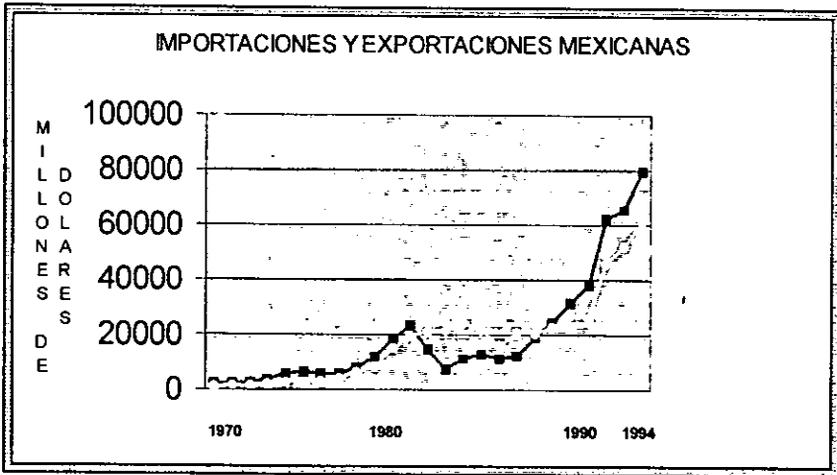
Una vez que se sabe cuales son las relaciones económicas externas y como se registran en la balanza de pagos, el siguiente paso es analizar los principales indicadores estadísticos de dichas relaciones, es decir revisar las cifras que permitan tener una idea más clara de las relaciones económicas del país con el extranjero.

Con lo que respecta al comercio exterior se estudian las importaciones y exportaciones de mercancías, que se encuentran registradas en la balanza en cuenta corriente de nuestro país, misma que ha sido deficitaria, ya que importamos más de los que exportamos.

A continuación se muestra el comportamiento de las importaciones y exportaciones mexicanas de 1970 a 1994 (MILLONES DE DOLARES).



Como se puede notar en las gráficas anteriores las tendencias tanto de las exportaciones como de las importaciones mexicanas han ido a la alza, situación que nos indica que México a aumentado su incurrencia en lo que respecta al comercio con el exterior, pero esto no quiere decir que pueda ser ventajoso para el país, ya que se puede observar que las importaciones (línea negra) son mayores que las exportaciones (línea blanca), excepto por algunos años de la década de los 80's que existió Superávit.



Esto provoca un déficit en la balanza comercial del país que es necesario corregir incrementando la actividad exportadora o a través de la sustitución de importaciones. Para esto el Gobierno Federal apoya a las empresas que tengan posibilidades de exportar o a quienes ya lo estén haciendo a través de programas de fomento que se estudian en el siguiente capítulo.

## **CAPITULO 3**

# **PROGRAMAS DE FOMENTO PARA LAS EXPORTACIONES.**

### **3.1.- (PITEX) PROGRAMA DE IMPORTACION TEMPORAL PARA PRODUCIR ARTICULOS DE EXPORTACION.**

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

El marco jurídico de este programa incluye los siguientes ordenamientos y disposiciones legales y fiscales:

- Decreto que establece programas de importación temporal para producir artículos de exportación y su reforma, publicados en el diario oficial de la Federación el 3 de mayo de 1990 y el 11 de mayo de 1995, respectivamente.
- Ley Aduanera y su Reglamento.
- Resoluciones que reforman, adiciones y derogan reglas fiscales de carácter general relacionadas con el comercio exterior.
- Ley del impuesto al valor agregado (IVA) y su reglamento.
- Ley del impuesto sobre la renta y sus reformas, y
- Código Fiscal de la Federación y sus reformas.

Los beneficiarios del programa PITEX son los siguientes:

1. Las personas físicas o morales productoras de bienes no petroleros establecidas en el país que exporten directamente o indirectamente, y
2. Las empresas de comercio exterior (ECEX), con registro vigente expedido por la SECOFI, mismas que podrán suscribir un programa PITEX en la modalidad de proyecto específico de exportación.

El programa PITEX brinda a sus titulares la posibilidad de importar temporalmente, es decir, libre del pago del Impuesto General de importación, del impuesto al valor Agregado, y de las cuotas compensatorias, en su caso, diversos bienes a ser incorporados y utilizados en el proceso productivo de mercancías de exportación.

Estos bienes están agrupados bajo las siguientes cinco categorías:

1. Materias primas, partes y componentes que se destinen totalmente a integrar mercancías de exportación (fracción I del artículo 5° del 1° decreto PITEX).
2. Envases, empaques, contenedores y cajas de trailers que se utilicen en su totalidad para mercancía de exportación (fracción II del artículo 5° del decreto PITEX).
3. Combustibles, lubricantes, materiales auxiliares, refacciones y equipo que se consuman dentro del proceso productivo de la mercancía de exportación (fracción III del artículo 5° del decreto PITEX), y
4. Aparatos, equipos y accesorios de investigación, seguridad industrial, control de la contaminación ambiental y otros vinculados con el proceso productivo de los bienes de exportación (fracción V del artículo 5° del decreto PITEX).

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

A fin de gozar de los bienes de un programa PITEX, su titular debe comprometerse a cumplir los siguientes requisitos mínimos de exportación:

- 10% de las ventas totales anuales o \$500,000 dólares anuales en caso de solicitar importaciones temporales correspondientes a las primeras tres categorías citadas (materias primas; envases y empaques; combustibles y refacciones).
- 30% de las ventas totales anuales en caso de solicitar importaciones temporales de los bienes incluidos en las últimas dos categorías (maquinaria y equipo).

Además para solicitar un programa PITEX en la modalidad de proyecto específico de exportación es necesario comprometerse a que las exportaciones objeto del programa compensen como mínimo, al término del segundo año de operación, el valor de las importaciones de maquinaria y equipo.

Los programas PITEX pueden ser aprobados bajo las siguientes modalidades, a opción del titular:

- Operaciones totales de la persona física o moral.
- Por la planta (una cantidad de producción separada del resto de las instalaciones productivas de la empresa), o
- Proyectos específicos de exportación (un producto totalmente diferenciado del resto de los elaborados por la empresa).

El titular de un programa PITEX deberá cumplir con los requisitos mínimos de exportación correspondientes al campo de aplicación seleccionado. Así por ejemplo, si el titular opta por un programa en la modalidad de planta, deberá estar exportando o comprometerse a exportar anualmente el 10% de las ventas de la planta objeto del programa si realiza importaciones temporales de los bienes incluidos en las últimas dos categorías.

La vigencia de los programas PITEX se otorga, conforme a los compromisos contraídos por México en acuerdos y tratados internacionales y estará sujeta al cumplimiento de lo establecido en el decreto y la legislación aduanera.

Los plazos de permanencia de los bienes importados al amparo de un programa PITEX son los siguientes:

- Materias primas, envases y empaques, dos años contados a partir de la fecha de internación al país.
- Combustibles, materiales auxiliares y refacciones, a un año contando a partir de la fecha de internación al país.
- Maquinaria y equipo, durante el periodo en que se encuentre vigente el programa.

Bajo el mecanismo de constancia de Exportación, los titulares podrán adquirir bienes en territorio nacional para ser utilizados en el proceso productivo de mercancías para exportación, en condiciones preferenciales.

La constancia de exportación es una simplificación administrativa que certifica como exportar una venta realizada entre nacionales. Así el proveedor de mercancías de una empresa exportadora que recibe la constancia obtendrá los mismos beneficios que si hubiera realizado directamente la venta de exportación, es decir no pagará el IVA y podrá considerar la constancia como un pedimento de exportación, para justificar el entorno al exterior de bienes que hubiese importado. Por su parte, la empresa PITEX que expide la constancia deberá considerar los bienes como importados temporalmente, por lo que adquiere la obligación de incorporarlos en mercancía que será exportada posteriormente.

La constancia se emite entre particulares y no requiere certificación oficial alguna, previo registro de los proveedores nacionales ante SECOFI.

Los titulares de programas PITEX pueden vender en el mercado nacional productos elaborados con mercancías importadas al amparo del mismo que estén sujetas al requisito de permiso previo, por valor no superior al 30% del de sus exportaciones.

Lo anterior, previa autorización de SECOFI, por conducto de la Dirección General de Servicios al Comercio Exterior o de sus Delegaciones y Subdelegaciones Federales.

En este caso, la Secretaría podrá otorgar el permiso previo para dichas mercancías y el titular del programa deberá pagar los impuestos de importación que correspondan a los insumos importados.

Los titulares de programas PITEX están obligados a presentar a más tardar el último día hábil del mes de abril, un reporte de las operaciones de comercio exterior realizadas durante el año anterior al amparo de su programa PITEX, este reporte debe presentarse conforme al formato que establezca la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial y de Hacienda y Crédito Público acompañado de la siguiente documentación:

1. Estados financieros auditados o copia de la declaración anual del I.S.R. presentada ante la SHCP del año que se reporta.
2. Relación de pedimentos de exportación que contenga número de pedimento, fecha, descripción de los bienes exportados, valor en dólares y en moneda nacional, así como sumatoria de estos valores.
3. Relación de pedimentos de importación temporal que contenga número de pedimento, fecha descripción de los bienes importados, valor en dólares y en moneda nacional, así como sumatoria de estos valores.
4. Copia de las actas de destrucción y donación, las cuales deberán ser anexadas únicamente al reporte que presenten a la SHCP.

Tanto los exportadores directos como los indirectos, deberán desglosar de las ventas totales señaladas en sus estados financieros, las operaciones correspondientes a la planta o proyecto específico de acuerdo con el campo de aplicación autorizado.

Los trámites relativos a este programa son gratuitos y pueden ser realizados en las ventanillas de atención al público de la Dirección General de Servicios al Comercio Exterior de la SECOFI o en las Delegaciones y Subdelegaciones Federales de la propia Secretaría ubicadas en el interior del país, las cuales desde el 1° de Septiembre de 1995 están facultadas para atender los trámites relativos a programas PITEK en todas sus modalidades y categorías.

Los interesados podrán realizar los siguientes trámites:

#### **A. - Programa Nuevo.**

La persona física o moral que desee suscribir un programa PITEK deberá presentar su solicitud debidamente requisitada y acompañarla de los anexos respectivos así como, de la documentación complementaria que corresponde de acuerdo a sus características.

#### **B. - Aplicaciones y modificaciones.**

El titular deberá presentar una carta en papel membretado y acompañarla, en el caso, de los anexos correspondientes a los productos nuevos a importar al amparo del PITEK o de las modificaciones solicitadas.

Lo anterior, cuando se trata de adición de productos de importación o de exportación, sustitución de anexos, ventas al mercado nacional o cambio de razón social.

#### **C. - Registros de Proveedores Nacionales.**

Los titulares del programa que adquieran mercancías en el mercado nacional, para ser utilizadas en la fabricación o elaboración de sus productos de

exportación, deberán presentar una carta en papel membretado en la que especifique el nombre o Razón Social, RFC y, en su caso número de programas (PITEX) o de maquila) de los proveedores nacionales a ser registrados y el anexo 1 y/o 2 debidamente requisitado en el que se señalen los productos a adquirir al amparo del PITEX. Cuando las mercancías se encuentran autorizadas previamente en su programa, los titulares únicamente solicitarán el registro de proveedores.

#### **D.- Registro de Transformadores.**

Los titulares que requieran que otra empresa realice procesos complementarios de transformación o elaboración a los bienes importados temporalmente al amparo de su programa, deberán presentar una carta en papel membretado de la empresa donde señalen el nombre o Razón Social y el RFC de los transformadores.

En este caso el titular no podrá emitir constancia de exportación a los transformadores, dado que la facturación contempla únicamente la mano de obra y no la enajenación de bienes.

#### **E.- Prorroga de programas.**

Los titulares deberán presentar antes del vencimiento del programa, su solicitud de prórroga y acompañarla de una carta en la que se señalen las importaciones que se realizaron conforme a lo establecido en el decreto PITEX y la Legislación Aduanera, a fin de continuar gozando de los beneficios del programa.

#### **F.- Cancelación de programas.**

Cuando el titular requiera dar por concluido su programa deberá presentar una carta en papel membretado en la que solicite su cancelación, señalando las causas de su petición.

La Secretaría otorga en este caso un plazo de 60 días hábiles para proceder a la nacionalización o retorno de los bienes importados al amparo del programa.

El procedimiento del trámite es el siguiente:

1. Presentarse en las ventanillas citadas para obtener una solicitud de programa PITEX y los anexos que correspondan.
2. Requisar la solicitud citada y acompañarla de los anexos respectivos y de la documentación complementaria que corresponda de acuerdo a las características del exportador.
3. Presentar en la ventanilla, original y copia de la solicitud y sus anexos, así como copia de los documentos que correspondan al trámite solicitado.
4. Una copia de la solicitud será sellada y servirá de comprobante para recoger el oficio resolutivo que será emitido en un plazo de veinte días hábiles.
5. En caso de que la solicitud sea aprobada, la Dirección General de Servicios al Comercio Exterior, la Delegación o Subdelegación Federal de SECOFI emitirá y entregará al interesado el oficio de autorización correspondiente, acompañado de los anexos respectivos.
6. Si la solicitud no fue bien requisitada o carece de alguna documentación, la Dirección de Servicios al Comercio Exterior, la Delegación o Subdelegación Federal de SECOFI emitirán y entregarán al interesado un oficio resolutivo que establece los requerimientos de información para proseguir el dictamen de la solicitud o señalará, en el caso, las razones por las que se negó la solicitud.

#### **EXPORTADORES DIRECTOS.**

La documentación complementaria será:

1. Copia simple del acta constitutiva que contenga los estatutos vigentes, donde se observe la razón social de la empresa y que es productor. En caso de ser persona física presentara descripción del proceso productivo de las mercancías de exportación.

2. Copia del Registro Federal de Contribuyentes.
3. Contratos, órdenes de compra o documentos similares que respalden las proyecciones de exportación para el primer año de operación. En caso de ser exportador tradicional, la contenga número de pedimento, fecha, descripción de los bienes de exportación, valor en dólares y sumatoria total.

#### **EXPORTADORES INDIRECTOS.**

1. Copia simple del acta constitutiva que contenga los estatutos vigentes; donde se observa la razón social de la empresa y que es productor. En caso de ser persona física presentara descripción del proceso productivo de las mercancías de exportación.
2. Copia del Registro Federal de Contribuyentes.
3. Carta del exportador directo o indirecto, en la que se comprometa a exportar los productos fabricados o elaborados por el solicitante del programa.

#### **AMBOS TIPOS DE EXPORTADOR.**

1. Cuando el programa se refiera a planta o proyecto específico, carta en la que la empresa se comprometa a desglosar en sus estados financieros auditados, las operaciones que correspondan y a utilizar la maquinaria y equipo exclusivamente para el campo de aplicación solicitado.
2. En el caso de proyecto específico, carta donde se manifieste que el producto es completamente diferente al resto de los demás que fabrica la empresa y por lo tanto la maquinaria y equipo a importar al amparo del programa sólo puede ser utilizada para su proceso productivo.
3. Cuando se registre a terceros para realizar procesos complementarios carta de aval solidario del transformador.

## **ANEXOS**

**Anexo 1:** En este anexo se listarán los bienes a importar correspondientes a las categorías I, II, IIIa y/o IIIb y se señalará el producto de exportación para el cual serán utilizados dichos bienes.

**Anexo 2:** En este anexo se listan los bienes a importar correspondientes a las categorías IV y V, sin anotar modelo, marca y número de serie.

El solicitante deberá acompañar a los anexos 1 o 2, carta en la que el responsable de producción y el Director General de la empresa, manifiesten que los bienes enlistados corresponden efectivamente a los conceptos señalados en la categoría solicitada, conforme a su proceso productivo.

**Anexo 3:** Este anexo lo presentarán las empresas PITEX que transfieran maquinaria y equipo a otra empresa PITEX o maquiladora, acompañando copia del contrato de comodato o renta y de los pedimentos de importación de los bienes a transferir. En el caso de que la empresa que recibirá el bien cuenta con un programa PITEX, deberá realizarse el trámite de manera simultánea, presentando cada una de las empresas este anexo debidamente requisitado.

**Anexo 4:** Este anexo lo presentarán aquellas empresas que requieran que los bienes exportadores al amparo del programa, se importen temporalmente para su reparación y posterior retorno al extranjero. Los titulares que únicamente soliciten autorización para importar de uno a tres bienes, no requerirán presentar este anexo y podrán solicitar la importación a través de un escrito libre en papel membretado de la empresa.

### **3.2.- (ALTEX). PROGRAMA DE EMPRESAS ALTAMENTE EXPORTADORAS.**

El programa de Empresas Altamente Exportadoras (ALTEX) es un instrumento de promoción a las exportaciones de productos mexicanos destinados a apoyar su operación mediante facilidades administrativas y fiscales.

El marco legal de este programa incluye los siguientes ordenamientos y disposiciones legales y fiscales:

- Decreto para el fomento y operación de las Empresas Altamente Exportadoras y sus reformas, publicados en el Diario Oficial el 3 de mayo de 1990, el 17 de mayo de 1991 y el 11 de mayo de 1995.
- Ley Aduanera y su Reglamento.
- Resoluciones que forman, adicionan y derogan reglas fiscales de carácter general relacionadas con el comercio exterior.
- Ley del Impuesto al Valor Agregado y su Reglamento.
- Código Fiscal de la Federación y sus reformas.

Los beneficiarios del programa ALTEX son los siguientes:

1. Las personas físicas o morales establecidas en el país productor de mercancías no petroleras que demuestren exportaciones indirectas anuales equivalentes al 40% de sus ventas totales, en el periodo de un año.
2. Las personas físicas o morales establecidas en el país productores de mercancías no petroleras que demuestren exportaciones indirectas anuales equivalentes al 50% de sus ventas totales.
3. Las empresas de comercio exterior (ECEX), con registro vigente expedido por la SECOFI.

Los exportadores directos e indirectos podrán cumplir con el requisito de exportación del 40% o dos millones de dólares, sumando los dos tipos de exportación. Para tal efecto deberán considerar de las exportaciones indirectas únicamente el 80% de su valor.

El programa ALTEX brinda a sus titulares los siguientes beneficios:

- Devolución de saldos a favor del IVA, en término de cinco días hábiles.
- Acceso gratuito al sistema de información comercial administrativo por la SECOFI.
- Exención del requisito de segunda revisión de las mercancías de exportación en la aduana de salida cuando estas hayan sido previamente despachadas en una aduana interior, y facultad para nombrar a un apoderado aduanal para varias aduanas y diversos productos.

Para gozar de dichos beneficios, los usuarios de este programa deberán presentar, ante las Dependencias de la Administración Pública Federal correspondiente, una copia de la constancia ALTEX expedida por la SECOFI y, en su caso. La ratificación de vigencia.

A fin de gozar los beneficios del programa ALTEX, sus usuarios deben:

- Demostrar que cumplen con los requisitos mínimos de exportación, y.
- Presentar oportunamente y puntualmente su reporte anual de operaciones de comercio exterior.

La constancia ALTEX (documento que acredita a los titulares de este programa) tiene una vigencia indefinida siempre que el titular cumpla con los requisitos y compromisos previstos.

Derivado de la concentración entre SECOFI y la SHCP, se ha simplificado el procedimiento para que las empresas ALTEX obtengan la devolución de saldos a favor de IVA en un plazo de 5 días hábiles por parte de la Administración General de Recaudación. Para tal efecto sólo será necesario que se anexe al formato de

solicitud de devolución N° 32, la constancia como empresas ALTEX, o en su caso, el oficio de ratificación de vigencia expedidos por SECOFI; copia certificada del testimonio notarial que acredite la personalidad del promovente y los anexos correspondientes al formato 32.

Otra opción consiste en presentar la misma documentación del párrafo anterior con excepción de los anexos del formato 32 y adjuntar en su lugar Declaratoria de Contador Público Registrado, en los términos establecidos en el Artículo 15-A del reglamento de la Ley del IVA, o bien, discos flexibles que contengan la información de proveedores, prestadores de servicios, arrendadores y operaciones de comercio exterior.

Para agilizar este mecanismo las empresas ALTEX deberán notificar a la SECOFI el número de la cuenta de cheques, la sucursal y la institución bancaria en la que se desea se les depositen las devoluciones de sus saldos a favor. Dicha información quedará registrada en las bases de datos del sistema informativo que se desarrolle entre la SHCP y esta Secretaría.

Los titulares de Constancias ALTEX están obligados a presentar, a más tardar el último día hábil del mes de abril de cada año, un reporte de las operaciones de comercio exterior realizadas durante el año calendario anterior. Este reporte debe presentarse conforme al formato establecido por la SECOFI y acompañarse de la documentación comprobatoria necesaria.

Los trámites relativos a este programa son gratuitos y pueden ser realizados en las ventanillas de atención al público de la Dirección General de Servicios al Comercio Exterior de la SECOFI o en las de la Delegaciones y Subdelegaciones Federales de la propia Secretaría ubicadas en el interior del país.

El procedimiento a seguir es el siguiente:

1. Presentarse en las ventanillas para obtener una solicitud de registro ALTEX,
2. Requisar la solicitud citada y acompañada de los anexos respectivos.
3. Presentar estos documentos (original y copia) en la ventanilla correspondiente.

4. Una copia de la solicitud será sellada y servirá de comprobante para recoger el oficio resolutorio que será emitido en un plazo de 10 días hábiles.
5. En caso de que la solicitud sea aprobada, la Dirección General de Servicios al Comercio Exterior, la Delegación o Subdelegación federal de SECOFI emitirá y entregará al interesado el oficio de autorización de constancia ALTEX.
6. Si la solicitud no fue bien requisitada o carece de alguna documentación, la Dirección de Servicios al Comercio Exterior, la Delegación o Subdelegación Federal de SECOFI emitirán y entregarán al interesado un oficio resolutorio que establece los requerimientos de información para proseguir el dictamen de la solicitud o señalará, en el caso, las razones por las que se negó la solicitud.

#### **DOCUMENTACION COMPLEMENTARIA.**

- Copia simple del acta constitutiva que contenga los estatutos vigentes, donde se observe la razón social de la empresa y que es productor. En caso de persona física presentará descripción del proceso productivo de las mercancías de exportación.
- Copia del Registro Federal de Contribuyentes.
- Copia de la última declaración anual de impuestos o estados financieros auditados o proforma, firmados por el Directos General, Presidente del Consejo de Administración o Controlador General de la empresa, con la leyenda (bajo protesta de decir verdad).
- Carta dirigida al Administrador General de recaudación de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público. (anexo 1).

Adicionalmente, los exportadores directos presentarán:

- Relación de pedimentos. De exportación que contengan número de pedimento, fecha descripción de los bienes de exportación, valor en moneda nacional y dólares y sumatoria.

Y los exportadores indirectos presentarán:

- Relación de constancia de exportación o constancia de depósito o bien una carta del exportador final donde manifieste el monto de las exportaciones y el porcentaje que destino a la exportación.

### **3.3.- (DRAWBACK). DEVOLUCION DE IMPUESTOS DE IMPORTACION A LOS EXPORTADORES.**

La Devolución de Impuestos de Importación a los Exportadores (DRAWBECK) es un instrumento de promoción a las exportaciones , mediante el cual se registra al exportador el valor de los impuestos causados por la importación de materias primas, partes y componentes, empaques y envases, combustibles, lubricantes y otros materiales incorporados al producto exportado o por la importación de mercancías que se retornan al extranjero en el mismo estado en que fueron importadas.

El marco legal de este programa incluye los siguientes ordenamientos y disposiciones legales y fiscales:

- Decreto que establece la Devolución de Impuestos de Importación a los Exportadores, publicados el 11 de mayo de 1995.
- Ley Aduanera y su Reglamento.
- Resoluciones que forman, adicionan y derogan reglas fiscales de carácter general relacionadas con el comercio exterior.
- Código Fiscal de la Federación y sus reformas.

Los beneficiarios de este programa son los siguientes:

1. Las personas físicas o morales establecidas en el país que realicen directa o indirectamente exportaciones de mercancías y que incorporen a éstas, materias primas, partes y componentes, empaques y envases, combustibles, lubricantes y otros materiales de origen extranjero.
2. Las personas físicas o morales establecidas en el país que retornan al extranjero directa o indirectamente mercancías en el mismo estado en que fueron importadas.

Este programa brinda a sus beneficiarios la posibilidad de recuperar el impuesto general de importación pagado por los bienes que se incorporan a mercancías de exportación o por las mercancías que se retornan en el mismo estado.

El monto de la devolución se determina tomando como base la cantidad pagada por concepto del impuesto general de importación en moneda nacional entre el tipo de cambio del peso con respecto al dólar de los Estados Unidos de América vigente a la fecha en que se efectuó dicho pago. El resultado de esta operación se multiplica por el tipo de cambio vigente de la fecha en que se autoriza la devolución.

El monto de los impuestos de importación devuelto es depositado por la Secretaría de Hacienda y Crédito Público en la cuenta del beneficiario del programa, establecida en alguna de las instituciones bancarias autorizadas.

Los exportadores directos e indirectos deberán presentar su solicitud ante la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial, durante los 12 meses siguientes a la fecha del pedimento de importación. Dentro de este periodo deberá efectuarse la exportación, conforme a los siguientes plazos:

1. En el caso de los exportadores directos, en un plazo no mayor de 90 días hábiles contados a partir de la fecha de exportación, señalada en el pedimento correspondiente.

2. En el caso de los exportadores indirectos, en un plazo no mayor de 90 días hábiles siguientes a la fecha de emisión del documento que acredite las exportaciones indirectas.

Cabe hacer mención, que en ningún caso procederá la devolución de impuestos de importación cuando la solicitud sea presentada fuera de dichos plazos.

Para acreditar las exportaciones directas se deberá presentar copia de los pedimentos de exportación que amparan las mercancías por las cuales el usuario solicita la devolución de impuestos de importación.

El acreditamiento de las exportaciones indirectas deberá efectuarse mediante la presentación de:

- Constancia de Depósito emitida por la Industria Terminal Automotriz.
- Constancia de Exportación emitida por los titulares de un programa PITEX o de maquila o de empresa de comercio exterior a los que el usuario del programa DRAWBACK hubiera transferido sus mercancías para ser posteriormente exportadas.
- Carta de Aval Solidario y copia de los pedimentos de exportación cuando la exportación indirecta se efectuó a través de un tercero no considerado en los párrafos anteriores.

La devolución de impuestos de importación podrá ser autorizada por la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial en forma parcial o total en función de los insumos realmente incorporados al producto de exportación.

Este programa no tiene vigencia. El trámite concluye al dictaminarse la devolución de impuestos de importación, emitirse el oficio resolutivo correspondiente por parte de la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial y efectuarse el depósito del monto de impuesto devueltos en la cuenta bancaria del usuario por parte de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público.

Los trámites relativos a este programa son gratuitos y pueden ser realizados en las ventanillas de atención al público de la Dirección General de Servicios al Comercio Exterior de la SECOFI o en las de las Delegaciones y Subdelegaciones Federales de la propia Secretaría ubicadas en el interior del país.

El procedimiento es el siguiente:

1. Presentarse en las ventanillas citadas para obtener una solicitud de devolución de Impuestos de importación a Exportadores.
2. Requisar la solicitud utilizando un formato por cada mercancía de exportación y acompañarla de la documentación complementaria señalada en le propia solicitud.
3. Presentar estos documentos (original y dos copias) en las ventanillas citadas.
4. Una copia de esta solicitud será sellada y servirá de comprobante para recoger el oficio resolutivo que será emitido en un plazo de diez días hábiles.
5. En caso de ser aprobada la solicitud de devolución de impuestos de importación, el original del oficio resolutivo es turnado a la Administración general de Recaudación de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, la que hace efectiva la devolución de los impuestos de importación depositando el valor de los mismos en la cuenta bancaria del usuario (una copia de dicho oficio resolutivo es entregado al interesado).

En caso de ser negada la solicitud de devolución de impuestos de importación, el original del oficio resolutivo es entregado al interesado señalándole los motivos que fundamentalmente dicha negativa.

Cuando la solicitud es negada por no estar debidamente requisitada, se otorga al interesado un plazo de 30 días hábiles para presentar una reconsideración. Este beneficio no se otorga cuando la solicitud se presenta fuera de los plazos previstos en el ordenamiento legal que sustenta este programa.

## **CAPITULO 4**

# **FORMACION DEL PRECIO DE EXPORTACION.**

#### **4.1.- LOS COSTOS EN LAS EXPORTACIONES.**

En la determinación de un precio de exportación se debe analizar dos variables que nos ayudaran para ello, por un lado, la situación del mercado y, por el otro, los costos de producción y comercialización.

Muchas empresas que empiezan a exportar presuponen que, para fijar un precio de exportación basta simplemente con calcular los costos de producción y de comercialización y sumar a éstos un porcentaje de beneficio. La determinación de un precio de exportación es más compleja que esto, implica una evaluación de los costos pero además un análisis de la situación del mercado para el producto, el mercado y los objetivos de la empresa en el mismo, deberán ser el punto de partida en la formación del precio y sólo se deberán emplear datos de costos para determinar si se puede satisfacer ese mercado y obtener beneficios.

En el presente capítulo se analizará primero, los diferentes tipos de costos y sus herramientas; segundo, el mercado y los objetivos de la empresa en él, y tercero, como cotizar un precio de exportación.

##### **4.1.2.- CONCEPTOS Y CLASIFICACIÓN DE COSTOS.**

Los costos juegan un papel muy importante en el proceso de la toma de decisiones para la fijación de un precio de exportación. El objeto es la obtención del máximo beneficio y para ello, el concepto de costos es relevante en la planeación, el control y en su evaluación de ahí la necesidad de manejar una definición correcta que expresa su verdadero contenido.

Por **costo** se entiende la suma de erogaciones en que una persona física o moral incurre para la adquisición de un bien o de un servicio, con la intención de que genere ingresos en el futuro.<sup>10</sup>

Un costo puede tener diferentes características en diferentes situaciones, dependiendo del producto que genere. Por ejemplo:

- **Costo-activo:** cuando se incurre en un costo cuyo potencial de ingresos va mas allá del potencial de un periodo (edificio, maquinaria, etc.).<sup>11</sup>
- **Costo-gasto:** es la porción de activo o el desembolso de efectivo que ha contribuido en el esfuerzo productivo de un periodo, por ejemplo, el sueldo de un ejecutivo de administración, o bien, la depreciación de un edificio de la empresa correspondiente a un año.<sup>12</sup>
- **Costo-perdida:** es la suma de erogaciones que se efectuó, pero no se generaron los ingresos esperados. Por ejemplo: cuando hay un incendio en la planta sin haber un seguro.<sup>13</sup>

Por **precio** se entiende lo que se esta dispuesto a pagar por un bien o servicio, expresado en un valor monetario: pesos, dólares, francos, etc.<sup>14</sup>

---

<sup>10</sup> Guillermo Contreras P. Formación del Precio de Exportación Editado por Bancomext pág.5

<sup>11</sup> Idem.

<sup>12</sup> Idem

<sup>13</sup> Idem

<sup>14</sup> Idem

Por **cotización** se entiende un precio a acordar o acordado entre comprador y vendedor y que implica condiciones generales de la operación y obligaciones y derechos de las partes hasta el punto de entrega/recepción de la mercancía.<sup>15</sup>

Analizando los conceptos anteriores, se estudiarán dos clasificaciones de costos:

- De acuerdo con la función en que incurren.
- Y, de acuerdo con su comportamiento.

De acuerdo a la función en que incurren se dividen en:

- a) **Costos de producción.** Los que se generan en el proceso de transformar la materia prima en productos terminados. Se subdividen en: costos de materia prima (la malta utilizada para producir cerveza; el tabaco para producir cigarrillos, etc.); costo de mano de obra (sueldo del mecánico, del soldador, etc.); y gastos indirectos de fabricación (sueldo del supervisor, mantenimiento, depreciación, etc.).<sup>16</sup>
- b) **Costos de distribución o venta.** Los que incurren en el área que se encarga de llevar el producto desde la empresa hasta el último consumidor; por ejemplo publicidad, etc.<sup>17</sup>

---

<sup>15</sup> Guillermo Contreras P. Formación del Precio de Exportación Editado por Bancomext, pág.6

<sup>16</sup> Idem.

<sup>17</sup> Idem.

c) **Costos de administración.** Los que se originan en el área administrativa, como pueden ser sueldos, teléfono, oficinas generales, etc.<sup>18</sup>

Esta clasificación tiene por objeto agrupar los costos por funciones, lo cual facilita cualquier análisis que se pretenda realizar de ellas.

La clasificación de acuerdo a su comportamiento es la siguiente:

a) **Costos marginales o directos;** los que cambian o fluctúan en relación directa con una actividad o volumen dado. Dicha actividad puede ser referida a producción o ventas, por ejemplo, la materia prima cambia de acuerdo con la función de producción y las comisiones de acuerdo a las ventas.<sup>19</sup>

b) **Costos fijos o indirectos:** los que permanecen constantes dentro de un periodo determinado, sin importar si cambia el volumen, por ejemplo, sueldos, alquiler del edificio, depreciaciones, etc.<sup>20</sup>

Dentro de los fijos se encuentran dos categorías:

b1) **Costos fijos discrecionales:** los susceptibles de ser modificados, por ejemplo, los sueldos, alquiler del edificio, etc., y <sup>21</sup>

---

<sup>18</sup> Guillermo Contreras P. Formación del Precio de Exportación Editado por Bancomext. pag.6.

<sup>19</sup> Idem

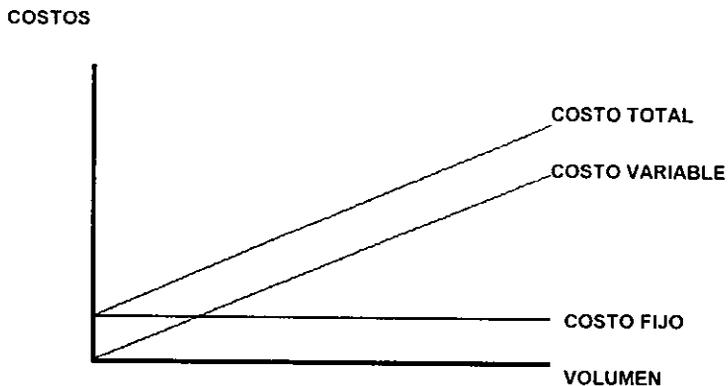
<sup>20</sup> Idem

<sup>21</sup> Idem

b2) **Costos fijos comprometidos:** los que no aceptan modificaciones, también llamados "costos hundidos", por ejemplo, la depreciación de la maquinaria.<sup>22</sup>

c) **Costos semivariables o semifijos:** están integrados por una parte fija y una variable, por ejemplo, servicios públicos, luz, teléfono etc.<sup>23</sup>

Gráficamente estos costos se ven:



<sup>22</sup> Guillermo Contreras P. Formación del Precio de Exportación Editado por Bancomext. pág.6.

<sup>23</sup> Idem

Los costos semivariables o semifijos se pueden segmentar para determinar su parte fija y su parte variable. Existen varios métodos para segmentar los costos semifijos o semivariables, aunque aquí veremos uno llamado "variaciones contra el promedio".

La utilidad del método es que se distinguirá entre costos fijos y variables que nos servirán para saber cómo costear en el mercado internacional.

No cabe duda que México se ha enfrentado a cambios en los últimos años dado su entorno inflacionario y de apertura comercial. Esto exige directivos creativos que usen los cambios que su actividad requiere. En el caso de los sistemas de costeo, se sugiere que se utilice costeo marginal en contraposición al costeo por absorción o total. Esto nos llevara a una mayor relevancia, oportunidad y simplicidad para apoyar el proceso de toma de decisiones, tanto tácticas como estratégicas.

El costeo absorbente, también llamado histórico o estándar, incluye dentro del costo del producto todos los costos de la función productiva, independientemente de su comportamiento fijo o variable. Los que proponen el método afirman que ambos tipos de costos contribuyeron a generar el producto y, por tanto se deben incluir los dos.

El costeo directo incluye sólo la parte variable de los costos de la función productiva. Sus proponentes afirman que los costos fijos de producción se relacionan con la capacidad instalada y esta, a su vez, esta en función dentro de un periodo determinado pero jamás con el volumen de producción. El sistema de

costeo directo considera los costos fijos de producción como costos de periodo, mientras que el costeo absorbente los distribuye entre las unidades producidas.

Como se puede observar de estos conceptos, utilizados el costeo marginal se puede tener un costo mas bajo y por lo tanto, un precio menor en el mercado internacional ( algunos llaman a esto "ser competitivos en precio").

El costeo directo, que para el caso de México es aceptado por la SHCP para el mercado de exportación, también puede verse como una aplicación del concepto de análisis marginal utilizado en economía. Este método supone una perfecta división entre costos variables y fijos (de ahí la importancia de la segmentación con el método "variaciones contra el promedio" enunciado anteriormente). Vale la pena mencionar que los costos vistos para este momento se denominan costos contables en economía.

Un concepto más importante en economía para la toma de decisiones económicas es el costeo de oportunidad que se define como el valor de un recurso en su mejor uso alternativo. Por ejemplo, el costo de oportunidad de usar una máquina es el valor del producto producido en su mejor uso alternativo. Si la máquina es propiedad de la empresa, el precio al que se alquilaría es el costo de oportunidad de la misma para el productor. En la toma de decisiones esto hay que tomarlo en cuenta.

#### **4.1.3.- FIJACIÓN DE PRECIOS USANDO COSTEO MARGINAL O DIRECTO.**

En este método, el precio es determinado por los costos variables y puede o no generar ingresos para cubrir, en parte, los costos fijos. Esta práctica es usada en todo el mundo y en EUA se le denomina "Marginal Costing" o "Marginal Cost Pricing".

A diferencia del costeo absorbente que busca maximizar la utilidad de la empresa, en el costeo marginal la norma a seguir será aquella que genera el mayor margen de contribución; es decir, la que más contribuya a los costos indirectos.

Este método es valido si:

- a) La empresa tiene capacidad instalada excedente (y la usa para exportación);
- b) Las ventas y las utilidades se ven incrementadas por aceptar a un precio más bajo del normal (costo total), a clientes en el extranjero;
- c) Es una opción, siempre y cuando financieramente sea factible para la empresa y su grado de utilización pueda ser parcial entre 0% al 100%;
- d) Los pedidos no perturben el mercado nacional.

#### **4.1.4.- EL PUNTO DE EQUILIBRIO.**

En el proceso de planeación de una empresa se debe estar consiente de tres elementos para encauzar su futuro: costos, volúmenes y precios.

El éxito dependerá de la creatividad e inteligencia con que se manejan dichas variables. Lo importante es la capacidad para analizar los efectos de las variaciones de estas tres variables sobre las utilidades.

En el mercado con precios controlados y una demanda deprimida, quizá la variable más importante sea el costo. Habrá que pensar cómo reducirlos para ser más competitivos. En la tarea de planeación, el punto de equilibrio es un instrumento útil que nos señala que los ingresos son iguales a los costos y por lo tanto no hay pérdida ni beneficio. Se deben diseñar actividades que conduzcan a estar siempre arriba de él. Para calcular el punto de equilibrio es necesario tener perfectamente determinado el comportamiento de los costos.

Definamos:

- P = Precio por unidad
- Q = Número de unidades vendidas
- CV = Costo variable por unidad
- CF = Costo fijo total
- IT = Ingreso total
- CT = Costo Total

Por lo tanto el punto de equilibrio algebraicamente queda:

$$IT = CT$$

$$P(Q) = CV(Q) + CF$$

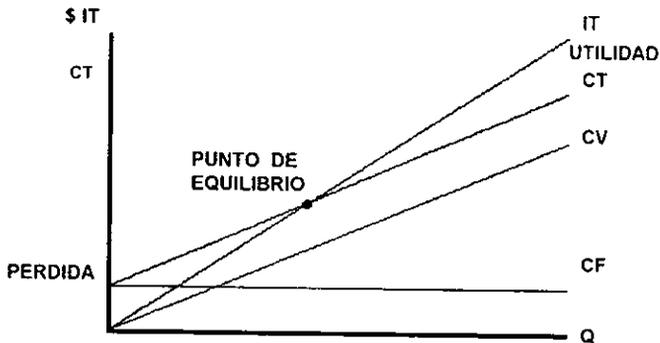
$$P(Q) - CV(Q) = CF$$

$$Q(P - CV) = CF$$

$$Q = CF / P - CV$$

O sea, el punto de equilibrio se determina dividiendo los costos fijos totales por el margen de contribución por unidad.

Gráficamente, el punto de equilibrio se vería de la siguiente forma:



Con esta gráfica podríamos observar que pasa si hay cambios en las diferentes variables: precio, costo o volumen.

Los cambios en los costos pueden venir dados porque la empresa se ajusta a un programa de calidad total y porque el país apoya a sus empresas.

En el ámbito del comercio exterior. Usted se puede apoyar para la creación de precios competitivos para la exportación por medio de:

- a) Utilizar préstamos de exportación a tasas preferencias.
- b) Devolución o acreditamiento de IVA sobre gastos asociados.
- c) Grado de integración nacional, importación temporal, etc.

De esta forma, al reducir los costos variables utilizando los puntos anteriores, el margen de contribución se incrementa, haciendo bajar el punto de equilibrio y así aumentar las utilidades.

No se olvide que se acaba la era de hacer negocio vía precio; ahora se hace reduciendo costos.

#### **4.1.5.- COSTEO MARGINAL MIXTO:**

En los siguientes ejemplos buscaremos varios precios posibles para nuestro producto, lo que nos brindará varias alternativas al ejercer el "Pricing".

Los distintos precios a que iremos llegando se basan en alteraciones competitivas a los costos, particularmente a los variables y en un caso extremo, la modificación competitiva del margen beneficio.

Para hacer más ilustrativo el método, partiremos para el precio N° 1, del costeo absorbente; utilizaremos cifras arbitrarias y pequeñas para simplificar las operaciones; asumimos también los siguientes supuestos:

1. Existe capacidad ociosa 40%
2. Se tiene un grado de integración nacional del 70%
3. Los costos semivARIABLES y semifijos se encuentran estandarizados.
4. El margen de beneficio se fija como porcentaje sobre la inversión en costos (30%).
5. El tramo del "INCOTERM" (C.I.F.) pertenecerá constante en 12 Dlls.
6. Existe una producción actual para el mercado doméstico de 50,000 unidades.

#### 4.1.6.- COSTEO ABSORBENTE.- Precio N° 1

Tal como está descrito páginas atrás, este precio refleja todos los costos.

Costo fijo	30
Costo variable	70
Costo total	100
Beneficio	30
precio básico	130
Gastos asociados	12
Precio C.I.F.	142.00 Dlls.

Aún con lo elemental de la formación del precio anterior, éste nos servirá de base para los sucesivos.

#### 4.1.7.- EFECTO MARGINAL.- Precio N° 2

Este sencillo procedimiento consiste en diluir el costo fijo total entre un mayor número de unidades, toda vez que existe capacidad ociosa.

Costo fijo unitario original 30

Costo variable 70

Costo total 100

- a) Lo que procede ahora es calcular el costo fijo total:  $50,000 \times 30 = 1'500,000$
- b) Suponiendo que captáramos una demanda externa adicional de 20,000 unidades, el costo fijo total se diluye entre 50,000 unidades, sino, entre 70,000.

Así tenemos:

Costo fijo unitario 21.42

Costo variable 70.00

Costo total 91.42

Beneficio (30 %) 27.42

Precio básico 118.84

Gastos asociados 12.00

Precio C.I.F. 130.84

#### 4.1.8.- COSTEO DIRECTO.- Precio N°3.

Como sabemos ya, este método parte de la idea de que la producción adicional al punto de equilibrio sólo se vera afectada por el costo variable, ya que fijo, por su naturaleza es independiente del volumen producido.

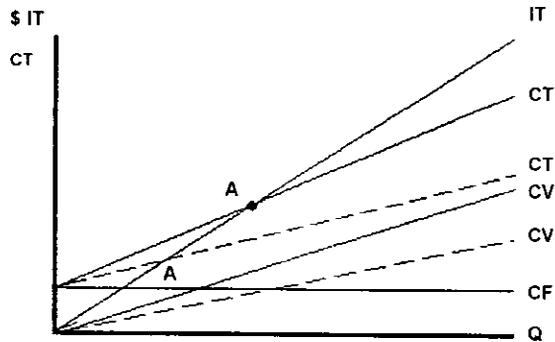
Un problema esencial en este tipo de costeo radica en determinar el porcentaje del costo fijo a omitir, la decisión será orientada por varios factores a saber:

- objetivo del precio.
- situación del mercado.
- nivel de sobreutilización del equipo y su impacto en las reservas.

Para este ejemplo utilizaremos el costeo directo al 80%, es decir, consideramos un 20% del costo fijo para alimentar las reservas de depreciación, actualización técnica, etc.

Costo variable	70
Reservas (20 % C.F.)	6
Costo directo	76
Beneficio	22.8
Precio básico	98.8
Gastos asociados	12.0
Precio C.I.F.	110.8

Un elemento muy importante y más o menos reciente, es el concepto de punto de equilibrio dinámico. Este incorpora la idea del valor del dinero a través del tiempo (costos financieros) para la forma de decisiones. La idea es que proyectos de mayor inversión generan una mayor rentabilidad:



#### 4.1.9.- COSTEO POR COMPETITIVIDAD INTERNACIONAL.

Este costeo consiste en la comparación y valoración sistemática de aquellos elementos del costo en que podamos sustentar precios competitivos en relación a nuestros principales competidores.

## **4.2.- LA FIJACION DE PRECIOS Y LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA.**

Muchas empresas que empiezan a exportar presuponen que para fijar un precio al exterior y dar una cotización basta simplemente con calcular sus costos y sumar una utilidad, como lo expresamos anteriormente. La determinación de los precios y la presentación de una cotización en el mundo actual implica también un análisis del mercado y la competencia para su producto. Los adjetivos, el mercado y la competencia de la empresa deberán ser el punto de partida en toda decisión relativa a los precios y las cotizaciones implícitas. Para una buena fijación de estos dos puntos es esencial una doble evaluación para fijar una cotización:

- a) En base a costos (costing).
- b) En base al mercado/competencia (pricing).

Para determinar el precio de exportación, la empresa debe fijar sus objetivos globales en materia de precios. Si ésta persigue en la comercialización la finalidad de aprovechar una capacidad sobrante de producción, quizá pueda utilizar los costos marginales para fijar su precio. Si busca posicionarse, si busca una reputación de calidad, el tener mejor servicio, etc., deberá casar este objetivo con un análisis del mercado.

La función del análisis del mercado en relación con la determinación de los precios de exportación consiste en establecer un límite máximo a la decisión correspondiente, a partir de la demanda del producto y de las características de los competidores.

En países desarrollados es la situación del mercado quien determina la gama de precios de exportación.

La primera fase consistirá en obtener información sobre el tamaño total del mercado accesible para el exportador y los factores que pueden limitar su potencial de mercado (entre ellos el precio). Se debe analizar la situación actual y perspectivas para el futuro.

Por ejemplo, si se quiere exportar limones se deberá disponer de:

- a) Demanda global de frutas tropicales;
- b) Consumo y precio de los limones de determinada calidad;
- c) Consumo y precios de clases de limones;
- d) Variaciones estacionales y regionales de la demanda;
- e) Categoría de los consumidores;
- f) Usuarios de limones, etc.

Además del tamaño de mercado, habrá que evaluar el vigor y la actitud de los competidores en el mercado extranjero, tanto de los directos como indirectos. Por ejemplo, en el caso de un exportador de café, otros proveedores de café serán competidores directos y los de té, competidores indirectos en un mercado.

En fin, hay que hacer un buen acopio de información de precios internacionales que nos ayuden a formar nuestro precio de exportación.

### 4.3.- REGLAS DE COMPRA-VENTA INTERNACIONAL.

Las personas y las empresas que proporcionan información confiable, oportuna y práctica nos transmiten una imagen de verdaderos profesionales. En el ámbito de los negocios el llegar a tener estas cualidades implica llegar a desarrollar una preparación comercial y un sentido del servicio que se está atendiendo.

En los mercados internacionales, donde la competencia es muy grande y las operaciones van más allá de nuestras fronteras, es muy positivo ver como día con día, cada vez más empresas en México se integran en una forma más dinámica y técnica al comercio exterior. De nuestro país exportamos actualmente toda una gama de productos: computadoras, automóviles, ropa, productos agrícolas, etc. y lo estamos realizando por todos los medios de transporte; esto no sería posible sin desarrollo de una cultura técnica en los negocios internacionales.

Definitivamente la exportación es un buen negocio y conjuntar todos los elementos que intervienen en ella implica conocer un lenguaje y manejar conceptos que en ocasiones no son de uso común en el mercado doméstico.

La cotización en la exportación puede ser la parte medular de su operación; ya que refleja sus estrategias comerciales, su conocimiento de la operación y lo mas importante... la imagen de usted y de su empresa.

Una cotización debe incluir con claridad:

- La descripción completa del producto.
- El precio del mismo.
- El tiempo de embarque.
- Los términos de venta y pago para la transacción

La descripción completa del producto incluye:

1. Nombre y dirección del comprador.
2. Referencia numérica del comprador y fecha de pedido.
3. Lista de los productos solicitados con su descripción.
4. Precio de cada artículo.
5. Peso bruto y neto de embarque.
6. Volumen cubico total y dimensiones del embarque para exportación.
7. Descuento de venta, si procede.
8. Lugar de entrega.
9. Términos de venta y términos de pago.
10. Lugar de entrega.
11. Descuento de venta y términos de pago.
12. Periodo durante el cual la cotización es válida.
13. Costos de seguro y embarque.
14. Total de cargos que serán pagados por el cliente.
15. Fecha estimada de embarque y de arribo de la mercancía.

En esta parte del capítulo se dan elementos prácticos para que usted tenga los elementos de referencia; tanto usados en México como en otros países, para integrar cotizaciones internacionales.

En nuestro mundo actual sería difícil realizar operaciones de exportación e importación sin reglas definidas y aceptadas internacionalmente que señalen las obligaciones y derechos del comprador y del vendedor; actualmente en la práctica, hay dos conjuntos de reglas que prevalecen en la operación mundial:

- Los "INCOTERMS" de la C.C.I. (I.C.C) y
- Las definiciones revisadas del comercio exterior norteamericano (R.A.F.T.D.) de la C.C. de E.U.A. (C.C of USA).

Su objeto principal es proporcionar un conjunto de normas internacionales que faciliten las operaciones de comercio exterior y la integración del contrato de compra-venta o su equivalente.

En las siguientes páginas usted podrá ver un ejemplo de la aplicación de estas obligaciones indicando los puntos de responsabilidad.

Algunas de las reglas que indican las obligaciones de las partes son las de Varsovia y Oxford, La Haya y Hamburgo, los COMBITERMS (C.C. de los EUA) y las condiciones generales para el despacho de mercancías del C.A.M.E. Las tres primeras se usan en derecho marítimo; los COMBITERMS fueron un intento de la cámara de comercio de los E.U.A para codificar carga consolidada, sin embargo, tanto estos términos como los de países del C.A.M.E. han sido prácticamente reemplazados por los "INCOTERMS".

Oficialmente las "R.A.F.T.D." usadas por los importadores y exportadores de Norteamérica se derogaron en agosto de 1985, sin embargo, en sus operaciones comerciales, muchos de ellos las siguen empleando cotidianamente y en mucha literatura se continua haciendo referencia a ellas como una práctica ordinaria.

Las "R.A.F.T.D." y los INCOTERMS no son obligatorias por alguna legislación internacional, su validez se la dan las partes contratantes en el momento que así lo acuerdan.

Los "INCOTERMS" por su precisión, flexibilidad, uso y aceptación cada vez mayores son los que prevalecen en el comercio mundial, pero por nuestras intensas relaciones comerciales con los Estados Unidos.

#### **4.3.1.- INCOTERMS.**

Son la abreviación en idioma inglés de "International Commercial Terms" y son emitidos por la Cámara de Comercio Internacional (I.C.C.), su primera publicación fue en 1936, con revisiones en 1953, 1967, 1976, 1980 y 1990. En esta última revisión se busco integrar tres nuevos elementos para hacerlos más dinámicos:

- 1) Las R.A.F.T.D. en los E.U.A. para tener una aceptación más universal.
- 2) Elementos del transporte multimodal, para hacerlos más actuales y operativos,
- 3) Su mejor adecuación a las computadoras y su integración al "intercambio electrónico de datos" (E.D.I.)

Si usted va a emplear "INCOTERMS" debe de indicarlo en su contrato de compra-venta o su cotización escrita: "Quotation subject to the INCOTERMS 90" (cotización sujeta en base a "INCOTERMS"90).

A continuación encontrará una comparación de los "INCOTERMS" 1990, sus 13 términos se han agrupado en cuatro grupos, procurando ir de la responsabilidad mínima del exportador, que es el "Ex-Works" (en punto de origen), hasta su obligación máxima que es el D.D.P. (hasta el domicilio indicado por el importador cubriendo todos los gastos y aceptando prácticamente toda la responsabilidad).

#### 4.3.2.- CUADRO DE INCOTERMS.

INCOTERMS 1990			
GRUPO	SIGLA	INGLES	ESPAÑOL
"E" SALIDA	EXW	1. EX-WORKS	1. EN PUNTO DE ORIGEN
"F" TRANSPORTE PRINCIPAL NO PAGADO	FCA	2. FREE CARRIER	2. LIBRE DE PORTE
	FAS	3. FREE ALONGSIDE SHIP	3. LIBRE AL COSTADO DEL BUQUE
	FOB	4. FREE ON BOARD	4. LIBRE ABORDO
"C" TRANSPORTE PRINCIPAL PAGADO	CFR	5. COST AND FREIGHT	5. COSTO Y FLETE
	CIF	6. COST INSURANCE	6. COSTO, SEGURO Y FLETE
	CPT	7. CARRIAGE PAID TO	7. FLETE/PORTE PAGADO HASTA
	CIP	8. CARRIAGE AND INSURANCE PAID TO	8. FLETE/PORTE Y SEGURO PAGADO HASTA
"D" LLEGADA O DESTINO	DAF	9. DELIVERED AT FRONTEIR	9. ENTREGADO EN FRONTERA
	DES	10. DELIVERED EX-SHIP	10. ENTREGADO FUERA DEL BUQUE
	DEQ	11. DELIVERED EX-QUAY	11. ENTREGADO FUERA DEL MUELLE
	DDU	12. DELIVERED DUTY UNPAID	12. ENTREGADO CON DERECHOS SIN PAGAR
	DDP	13. DELIVERED DUTY PAID	13. ENTREGADO CON DERECHOS PAGADOS

Los "INCOTERMS" fueron creados para facilitar las cotizaciones y evitar malos entendidos entre comerciantes internacionales, estos constituyen un conjunto de 13 reglas que indican las obligaciones reciprocas que se establecen en un contrato de compra-venta internacional.

Su importancia radica en que dependiendo del término que se use en el contrato, se desprenden los derechos y obligaciones de cada una de las partes en materia de gastos, riesgos y documentación. resulta importante para el exportador saber seleccionar el INCOTERM adecuado, ya que éste influirá sobre el costo del contrato.

Para un mejor manejo de los 13 términos, éstos se presentan iniciando con el término que implica la menor responsabilidad del exportador, que es el "Ex works", hasta la obligación máxima que es el "DDP", donde éste acepta todos los gastos y responsabilidades. A continuación se definen cada uno de los INCOTERMS:

**Ex Works (EXW)**

**En Fabrica (Indicando el lugar convenido)**

En esta modalidad, el vendedor entrega la mercancía en su establecimiento o en lugar convenido al comprador quien elige el medio de transporte y corre con el costo y riesgo inherentes al tráfico de la mercancía.

Este tipo de INCOTERM es adecuado para una empresa que quiere vender al extranjero, pero no desea involucrarse en los tramites, quizás por no conocer las formalidades aduaneras, las tarifas portuarias o del transporte internacional. Se utiliza en todo medio de transporte.

**Free Carrier (FCA)****Libre Transportista**

El comprador escoge la compañía y el medio de transporte y paga el flete principal. El vendedor cumple sus obligaciones cuando entrega las mercancías al transportista designado (carrier) por el comprador, en el lugar convenido. Si el lugar no está definido, el vendedor selecciona el sitio que le convenga como "lugar de entrega".

Las transferencias de riesgos y gastos ocurren en el momento en que el transportador se hace cargo de la mercancía. En caso de "camión completo o vagón completo" es el vendedor quien hace la carga y el comprador el descargo, asumiendo cada uno de ellos los riesgos y gastos. El "desaduanamiento" para la exportación es a cargo del vendedor. Se utiliza en todo medio de transporte.

**Free Alongside Ship (FAS)****Libre al Costado del Barco**

El vendedor colocará la mercancía al costado del buque, en el lugar designado por el comprador en el puerto de embarque convenido. A petición del comprador deberá prestar todo tipo de ayuda, para la obtención de las autorizaciones necesarias para la exportación. Deberá cubrir las mercancías con seguros hasta que los bienes son entregados al costado del barco.

El comprador elegirá la línea naviera y proporcionará el nombre del buque al vendedor. Pagará el flete y asumirá todo tipo de riesgo de la mercancía, desde el momento en que el vendedor la coloca en el costado del buque. Obtendrá las licencias o autorizaciones necesarias para la exportación. Se utiliza sólo en transporte marítimo.

**Free on Board (FOB)****Libre a Bordo**

En esta cotización el exportador paga todos los gastos correspondientes incluyendo seguros de las mercancías, hasta ponerlas físicamente a bordo del barco designado por el importador. Esto significa que el comprador tiene que absorber todos los costos y riesgos de pérdida o daño de las mercancías desde ese punto. Se utiliza sólo en transporte marítimo.

**Cost and Freight (CFR o C&F)****Costo y Flete**

Es el vendedor quien selecciona la línea naviera y paga el flete marítimo hasta el puerto convenido, así como los gastos de carga de la mercancía al buque, al igual que las formalidades aduaneras de exportación. Los riesgos de pérdidas o averías de las mercancías, así como todo el incremento en los gastos, son transferidos al comprador cuando la mercancía pasa la borda del buque en el puerto de embarque. Se utiliza en transporte marítimo.

**Cost, Insurance and Freight (CIF)****Costo, Seguro y Flete**

Término semejante al anterior, pero agrega la obligación para el vendedor de contratar por su cuenta, una póliza de seguro que cubre los riesgos del transporte originados por el contrato. Le corresponden al vendedor todas las formalidades necesarios para la exportación. Este término sólo puede ser usado para transporte marítimo.

Aunque el vendedor contrata y paga el seguro, la mercancía viaja al riesgo del comprador, quien es el beneficiario de la póliza por designación directa o por el carácter transferible de la misma.

**Carriage Paid to (CPT)****Porte Pagado hasta**

El vendedor selecciona el transporte y paga el flete para el transporte de la mercancía hasta el lugar de destino convenido. Sin embargo, los riesgos de avería a la mercancía o de su pérdida, así como el incremento de los costos en el transcurso del transporte, son transferidos al comprador cuando la mercancía es entregada al primer transportista. Si intervienen transportistas subsecuentes, el vendedor queda liberado de todo riesgo una vez que la mercancía para su exportación. Se utiliza en todo tipo de transporte.

**Carriage and Insurance Paid to (CIP)****Porte y Seguro Pagado hasta**

Similar al CPT, pero adicionalmente el vendedor tiene la obligación de contratar y pagar una póliza de seguro de transporte contra riesgo de avería de la mercancía o pérdida de la misma durante el viaje. Es su responsabilidad obtener las autorizaciones para la exportación. Se utiliza en todo tipo de transporte.

**Delivered at Frontier (DAF)****Entrega en Frontera**

---

El vendedor pagara el transporte y correrá el riesgo hasta la frontera, antes de la aduana del país de destino, ocupándose de los tramites de exportación.

Mientras que el comprador asumirá todo tipo de riesgo inherente a la mercancía desde el momento en que esta colocada a su disposición en el lugar convenido de la frontera. Es de vital importancia definir en el INCOTERM utilizado, el punto y lugar donde será entregada la mercancía.

**Delivered Ex Ship (DES)****Entregada sobre Buque**

---

El vendedor elige el buque, paga el flete y asume los riesgos del viaje marítimo hasta el puerto de destino determinado, y pone las mercancías disponibles para el comprador a bordo del barco, sin liberarlas para su importación en el punto de destino determinado. Se utiliza solo en transporte marítimo.

**Delivered Ex Quay (DEQ)****Entrega en Muelle**

---

El vendedor pone la mercancía a disposición del comprador sobre el muelle del puerto de destino convenido, asumiendo hasta este punto los gastos y riesgos inherentes a la misma. Debe obtener las licencias tanto de exportación como de importación, pagando los derechos de aduana e impuestos exigibles a la importación. El comprador cubrirá todos los riesgos de pérdida o daño de la mercancía, desde el momento en que el vendedor la ha puesto a su disposición, en el muelle del puerto de destino convenido. Si las partes desean excluir de las

obligaciones del vendedor algunos de los costos a pagar en la importación, como por ejemplo el IVA deberá establecerse claramente, agregando la leyenda para este efecto "DELIVERED EX QUAY, IVA UNPAID". Se utiliza solo en transporte marítimo.

**Delivered Duty Unpaid (DDU)****Entrega Derechos no pagados**

---

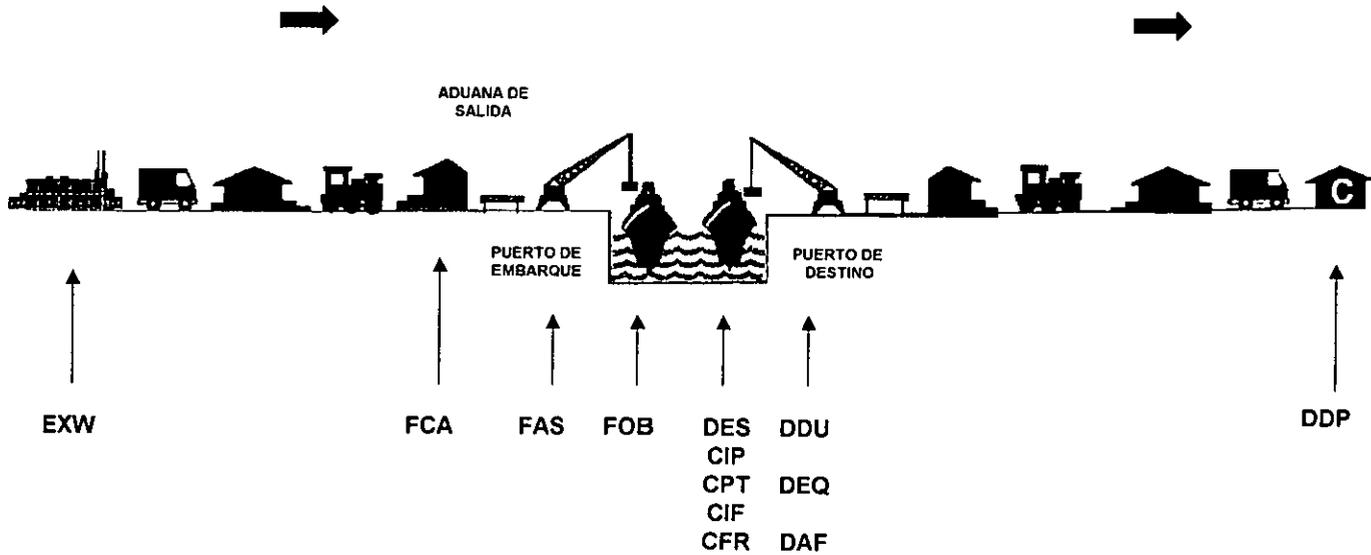
El vendedor deberá poner la mercancía a disposición del comprador, en el lugar convenido en el país del importador, y satisfacer los gastos de transporte, incluida la descarga, (excluyendo impuestos y otras cargas oficiales pagaderas a la importación), así como los costos y riesgos de llevar a cabo las formalidades del comprador desde el momento en que el vendedor lo ha puesto a su disposición en el lugar de destino convenido. El comprador deberá pagar cualquier costo adicional y absorber los riesgos causados por no liberar a tiempo las mercancías de importación. Se aplica en todo tipo de transporte.

**Delivered Duty Paid (DDP)****Entrega con Derechos Pagados**

---

El vendedor pondrá la mercancía por su cuenta a disposición del comprador, en el lugar de destino convenido en el país del importador, incluida la descarga. También por su cuenta despachara las mercancías y pagara los derechos e impuestos correspondientes a las exportaciones e importaciones. Este termino representa la máxima obligación para el vendedor. No debe utilizarse si el vendedor no tiene la certeza de obtener el permiso de importación. Se aplica en todo tipo de transporte.

## INCOTERMS 1990



#### **4.4.- COTIZACION EN BASE A COSTOS (COSTING).**

Se emplea hace tiempo para la integración de cotizaciones tanto domésticas como internacionales.

Para el uso de este mecanismo es importante haber reconocido nuestros costos fijos y variables, nuestro punto de equilibrio y haber determinado los gastos que incurren en la operación, hasta el punto de entrega/recepción acordado por el comprador.

##### **4.4.1.- LA HOJA DE COSTOS.**

La forma de integrar una cotización con este mecanismo ya sea que usted emplee costeo directo (o marginal) o no, es básicamente la siguiente:

1. Identificar sus costos fijos y variables.
2. Determinar su margen de utilidad.
3. Fijar su punto de equilibrio.
4. Identificar y sumar sus gastos de operación hasta el punto acordado (FOB, CIF etc.) con el comprador: Empaque y embalaje, tramitación de documentos, transportes, aduanas, maniobras, otros.
5. Si procede, identificar y prorratear los gastos financieros y comisiones.

En las paginas siguientes encontrara un ejemplo de hoja de costos utilizada para vía marítima y en los anexos se muestran hojas para vía aérea y terrestre, asimismo se incluyen ejercicios de hojas de costos y para un mayor

complemento también se incluyen ejemplos de hojas de costos para exportación e importación utilizadas en los E.U.A., las cuales señalan gastos financieros y comisiones.

Es importante hacer notar que todas estas "hojas de costos" son enunciativas y usted tendrá que desarrollar sus propias hojas conforme: su empresa, rama industrial y características de operacional particulares. Con el uso cada vez más frecuente de las computadoras, calculadoras programables y "lap tops", el principio de la "hoja de costos" le será de mucha utilidad en sus cotizaciones.

#### **4.4.2.- LA MATRIZ DE COMPARACIÓN.**

Es otra herramienta que se combina con la hoja de costos y nos permite realizar un trabajo más profesional. El origen de esta matriz surge de la pregunta: ¿fue mi cotización la mejor?

La matriz forma parámetros homogéneos de comparación: rutas, medios de transporte costos y tiempos de entrega.

Los factores que intervienen en la decisión para utilizar un transporte o una compañía transportista en particular son múltiples, por lo que hay que tener parámetros iguales para evaluar alternativas.

A continuación encontrara un ejemplo de la matriz aplicando las cifras del caso IGCA y llevando su resultado hasta un D.D.P. Este resultado por vía marítima se compara con otros medios, como autotransportes y ferrocarril en ruta D.F./Los Angeles.



#### **4.5.- COTIZACION EN BASE AL MERCADO COMPETENCIA (PRICING).**

Cuando cotizamos en base a costos-utilidad-gastos y lo hacemos de una manera profesional, definitivamente haremos un buen negocio. Sin embargo, conforme avanzamos en nuestra experiencia exportadora, al paso del tiempo nos empiezan a surgir una serie de preguntas: ¿Mi producto estará bien posicionado? ¿El precio respecto a mi competencia es adecuado? ¿Estaré dejando de ganar? ¿Habré dejado pasar oportunidades por no adecuarme al mercado?.

##### **4.5.1.-CONCEPTOS.**

Cotizar en base a costos (costing) implica llegar a un punto de entrega/recepción con el cliente.

Cotizar en base al mercado/competencia (pricing) conlleva a llegar hasta el precio de venta al público de nuestros productos.

Si usted se inicia en la exportación, cotizar en base a costos puede ser lo más adecuado. Sin embargo, en el mundo de los exportadores e importadores expertos, cotizar y negociar en base al pricing (pricing) es lo más usual y es un excelente reto para usted.

#### 4.5.2.- METODOLOGÍA.

Continuaremos usando las cifras que obtuvimos en nuestro ejercicio numero 5. Consideraremos que usted con el fin de ser más competitivo, dio una cotización utilizando costeo directo al 50 % y utilizo la vía marítima.

Suponiendo una cifra base a 50 unidades:

	UNITARIO	TOTAL
1. Precio base	US \$ 450.00	22,500
2. Gastos en planta	42.00	2,100
3. Ex-works(1+2)	492.00	24,600
4. Gastos hasta abordó-buque	---	984
5. F.O.B. (3+4)	511.68	25,584
6. Gastos hasta puerto destino	---	---
7. C.I.F.	534.04	26,702
8. Gastos de Importación	---	4,398
9. D.D.P.(7+8)	622.00	31,100

(Delivery Duty Paid, hasta domicilio iniciado por el importador, con derechos pagados).

Supongamos que nuestro producto se revende con un margen bruto de 40% a un solo canal de distribución, a su vez el detallista tiene un margen del 45%, nuestro ejercicio quedaría:

9. D.D.P.	US\$ 31,100.00
10. Margen importador	12,440.00
11. Subtotal	43,540.00
12. Margen distribuidor, 45%	19,593.00
13. Precio al público (11+12)	63,133.00
14. Precio -público por unidad (SOU)	1,262.66

Como recordara su utilidad en precio base, era de un 50% (US\$150.00) respecto a sus costos, lo cual en un principio es bueno pero respecto al mercado ¿cómo está posicionado?.

#### 4.5.3.-APLICACIÓN PRACTICA.

A continuación se vera un ejemplo de fijación de precio por medio del método de costeo marginal o directo por ser el más recomendable para la fijación del precio de exportación:

Los datos se presentan en forma unitaria:

Material directo	\$600
Mano de obra	400
Gastos variables de fabricación	200
Gastos fijos de fabricación	500
Costo total de producción	\$1,700
Costos variables de operación	\$100
Gastos fijos de operación	\$2'000,000 mensuales

Los costos fijos de producción son \$25'000,000; la capacidad normal de producción es de 50,000 unidades, en donde la tasa fija de aplicación será:

Tasa fija =  $\$25'000,000 / 50,000u = \$500$  por unidad.

El costo de la mano de obra se considera fijo; la capacidad normal expresada en mano de obra es de 50,000 horas, con un costo fijo de \$20'000,000.

Tasa fija de mano de obra =  $\$20'000,000 / 50,000h = \$400$  por hora.

Actualmente se están produciendo y vendiendo en el mercado 30,000 artículos. Un nuevo cliente en el extranjero desea comprar 10,000 artículos a \$1,300. La respuesta usando el costeo marginal sería:

Precio cotizado (10,000 a \$ 1,300)		\$13'000,000
Costos variables:		
Materiales	\$6'000,000	
Gastos variables de fabricación	2'000,000	
Gastos variables de operación	1'000,000	9'000,000
Margen de contribución		\$4'000,000

Actualmente la empresa tiene los siguientes resultados:

Ventas (30,000 a \$2,000)	\$60,000	
Menos costos variables:		
Materiales (30,000 a \$600)	\$18'000,000	
Gastos var. de fab. (30,000 a \$200)	6'000,000	
Gastos var. de oper. (30,000 a \$100)	3'000,000	
Margen de contribución		\$33'000,000
Menos costos fijos:		
Indirectos de fabricación	\$25'000,000	
Mano de obra	20'000,000	
Operación	2'000,000	74'000,000
Pérdida		(\$14'000,000)

Al aceptar cotizar el precio sobre costeo marginal, la pérdida contable se reduce a \$10'000,000 porque el pedido de exportación genera un margen de contribución de \$4'000,000. Si se hubiera utilizado el costeo total, la oferta de 10,000 artículos a \$1,300 sería rechazada.

## CONCLUSIONES.

Como se ha podido observar en el desarrollo de la investigación la exportación representa la llave que puede lograr que un país como México que pasa por una crisis económica, resuelva los problemas por los que atraviesa.

En la esfera mundial tiene especial importancia que México incremente su competitividad frente a países con grados de desarrollo similares. Una fortaleza importante de nuestro país es su incorporación a tratados y acuerdos, ya que estos elementos adicionales le permiten: ampliar sus mercados potenciales mas allá de sus fronteras; que sus productos compitan en igualdad de condiciones con los bienes de las empresas nacionales; tener acceso preferencial o con ventajas arancelarias.

De acuerdo con el desarrollo de la presente investigación se puede concluir que es de vital importancia que los contadores públicos pongan mayor atención al comercio con el exterior puesto que se ha comprobado que representa una gran fuente de generación de divisas para el país, así como conocer e interpretar la balanza de pagos que representa un registro de todas las transacciones económicas entre los residentes de un país determinado y los residentes de países extranjeros y la balanza comercial que indica la comparación entre las exportaciones y las importaciones de un país.

Los programas de fomento o apoyo a las exportaciones como el PITEX (Programa de importación temporal para producir artículos de exportación), DRAWBACK (Devolución de impuestos de importación a los exportadores), y

ALTEX (Programa de empresas altamente exportadores), son también importantes para el mejor manejo de las transacciones y movimientos con otros países ya que por medio de éstos se obtienen ventajas que son de gran utilidad para las empresas mexicanas y facilitan el desarrollo de las empresas con capacidad exportadora. El programa ALTEX otorga facilidades administrativas y de financiamiento a las empresas inscritas y entre los beneficios que se adquieren se puede considerar puntos tan importantes como: devolución inmediata del IVA cuando se tenga saldo a favor; acceso gratuito al Sistema de Información Comercial administrado por SECOFI y Bancomext; exención del requisito de segunda revisión de las mercancías exportadoras en la aduana de salida, siempre que esta haya sido despachada en una aduana interior; y, posibilidad de nombrar a un apoderado aduanal para varias aduanas y diversos productos, previa autorización de la SHCP.

Dentro de las ventajas que se pueden obtener al poseer un programa PITEX se encuentran entre otras:

- Importar temporalmente insumos, maquinaria, equipo y demás bienes que intervienen en el proceso productivo, sin pagar impuestos de importación, cuotas compensatorias, ni el IVA y sin requerir permisos previos ni autorizaciones administrativas específicas de ninguna clase.
- Las mercancías que se enajenen a una empresa con programa PITEX y obtenga de ellas la constancia de exportación serán consideradas como exportación definitiva para lo efectos de facturación a tasa cero de IVA.

Y para los inscritos al programa de DRAWBACK se puede adquirir el beneficio de obtener la devolución del arancel causado por la importación de insumos incorporados a mercancías exportadas o de mercancías que se retornen al extranjero en el mismo estado; lo pueden solicitar los exportadores directos e indirectos.

El conocer y aprovechar las ventajas que estos programas ofrecen es de importancia relevante para lograr un mejor funcionamiento y éxito en los movimientos que se realizan con respecto a transacciones internacionales.

El manejo de los costos en el precio de exportación, representa un punto que los contadores públicos deben saber manejar, es necesario saber distinguir las diferencias y las ventajas existentes entre los distintos métodos para la determinación del precio de exportación como lo son: el método usando costeo marginal o directo, costeo por competitividad internacional, pues de no ser así los productos mexicanos en el exterior, difícilmente podrán competir con los productos de otros países; las cotizaciones en base a costo (COSTING) o en base a precio (PRICING) son también importantes y debe el contador público distinguir los beneficios que se pueden obtener de usar una o la otra, así como sus diferencias, emplear y conocer los INCOTEMS o términos de comercio internacional es también muy importante para el mejor entendimiento en las transacciones con otros países, ya que son términos conocidos y utilizados en todo los países del mundo de esta manera se podrá hablar un idioma neutral que resulta de gran apoyo de no ser así sería prácticamente imposible lograr un entendimiento en cuanto a las obligaciones de quien compra y de quien vende.

**BIBLIOGRAFIA.**

Kindleberger.  
ECONOMIA INTERNACIONAL.  
Editorial Aguilar.  
Edición original 1968.

Schetino, Macario.  
ECONOMIA CONTEMPORANEA.  
Editorial Iberoamericana.  
Tercera Edición.  
México D.F. 1980.

Chacholiades, Mitiades.  
ECONOMIA INTERNACIONAL.  
Editorial McGraw Hill.  
Primera Edición.  
México D.F. 1982.

Cervantes Fernández, Alfonso.  
FUNDAMENTOS RALACIONALES PARA EL COMERCIO EXTERIOR.  
Editado por el Instituto Politécnico Nacional.  
México D.F. 1995.

Fischer, Laura  
MERCADOTECNIA.  
Editorial McGraw Hill.  
Segunda Edición.  
México D.F. 1995.

Méndez Morales, José Silvestre  
ECONOMIA Y LA EMPRESA.  
Editorial Mc Graw Hill.  
Primera Edición.  
México D.F. 1994.

Méndez Morales, José Silvestre  
PROBLEMAS POLITICOS Y ECONOMICOS DE MEXICO.  
Editorial Mc Graw Hill.  
Tercera Edición.  
México D.F. 1996.

Mercado Fernandez, Salvador  
COMERCIO INTERNACIONAL I.  
Editorial LIMUSA.  
Primera Edición.  
México D.F. 1986.

Mercado Fernandez, Salvador  
COMERCIO INTERNACIONAL II.  
Editorial LIMUSA.  
Primera Edición.  
México D.F. 1986.

Perdomo Moreno, Abraham  
ANALISIS E INTERPRETACION DE ESTADOS FINANCIEROS.  
Editorial ECASA.  
Trigésima Reimpresión.  
México D.F. 1988.

Niño Alvarez, Raúl  
CONTABILIDAD INTERMEDIA I.  
Editorial Trillas.  
Primera Reimpresión.  
México D.F. 1980.

Lara Flores, Elías  
PRIMER CURSO DE CONTABILIDAD.  
Editorial Trillas .  
Segunda Edición.  
México D.F. 1980.

Franco Díaz, Eduardo  
DICCIONARIO DE CONTABILIDAD.  
Editorial Siglo Nuevo Editores.  
Edición 1994.

Paz Zavala, Enrique  
INTRODUCCION A LA CONTABILIDAD.  
Editorial Ecasa.  
Tercera Edición .  
México D.F. 1990.

Elizondo López, Arturo  
EL PROCESO CONTABLE.  
Contabilidad Primer Nivel.  
Editorial Ecasa.  
Primera Edición.  
México D.F. 1993.

Elizondo López, Arturo  
EL PROCESO CONTABLE.  
Contabilidad Segundo Nivel.  
Editorial Ecasa.  
Primera Edición.  
México D.F. 1993.

Romero López, Javier  
PRINCIPIOS DE CONTABILIDAD.  
Editorial Mc Graw Hill.  
Primera Edición.  
México D.F. 1995.

Samuelson, Paul / Nordhaus, William  
ECONOMIA.  
Editorial McGraw Hill.  
Decimotercera Edición .  
México D.F. 1992.

Paschoal Rossetti, José

INTRODUCCION A LA ECONOMIA ENFOQUE LATINOAMERICANO.

Editorial Harla.

Séptima Edición.

México D.F. 1996.

Contreras, Guillermo. Mancera, Enrique. Juárez, Francisco

NOTAS TECNICAS DE PRECIOS PARA EXPORTACION.

Editado por la Dirección Ejecutiva de Servicios Promocionales de Bancomext.

México D.F. 1997.

BOLETINES DE INFORMACION DE SECOFI.

INTERNET.