

881002  
3  
20j



**UNIVERSIDAD FRANCO MEXICANA**

CON ESTUDIOS INCORPORADOS A LA  
U. N. A. M.  
CLAVE 8810-02

**ASPECTOS BASICOS EN EL  
MERCADERO DE EXPORTACION**

**SEMINARIO DE INVESTIGACION**

QUE PARA OBTENER EL TITULO DE

**LICENCIADO EN ADMINISTRACION**

P R E S E N T A

AMADA ALICIA GALINDO GARCIA

MEXICO, D. F.

1991

FALLA DE ORIGEN



Universidad Nacional  
Autónoma de México



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

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

Todo el material contenido en esta tesis está 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.

# I N D I C E

	Pág.
<b>INTRODUCCION</b>	1
 <b>C A P I T U L O    I</b>	
<b>ANTECEDENTES</b>	
1.1    EVOLUCION HISTORICA DEL COMERCIO INTERNACIONAL	5
1.1.1    La División Internacional del Trabajo.....	6
1.2.1    La Cooperación Económica Internacional ....	10
 1.2    PANORAMA GLOBAL DEL COMERCIO INTERNACIONAL	 13
1.2.1    Conceptos básicos que intervienen en el — Comercio Internacional.....	 14
1.2.2    Factores condicionantes del Comercio Inter- nacional .....	 24
 <b>C A P I T U L O    II</b>	
<b>APROXIMACION AL MERCADO INTERNACIONAL</b>	
2.1    EVALUACION PREELIMINAR DE LA EMPRESA EN RELACION A SUS POSIBILIDADES DE EXPORTACION	 29
2.1.1    Capacidad Física .....	29
2.1.2    Capacidad Económica .....	30
2.1.3    Capacidad Administrativa .....	30

2.2	ETAPAS DE LOS PROCEDIMIENTOS DE COMERCIALIZACION Y EXPORTACION .....	32
2.2.1	Selección y Evaluación del Producto a Exportar .....	33
2.2.2	Determinación del Mercadeo de Exportación...	38
2.2.3	Adecuación y diseño del producto .....	40
2.2.4	Determinación y formación del precio de exportación .....	41
2.2.5	Canales de Distribución .....	45
2.2.6	Envase, Embalaje y Transportación.....	49
2.2.7	Mecanismos de promoción como instrumentos -- de Comercialización .....	57
2.2.8	Orientaciones Administrativas para efectuar Operaciones Internacionales.....	60

### C A P I T U L O     I I I

#### INSTITUCIONES Y ORGANISMOS RELACIONADOS CON EL COMERCIO INTERNACIONAL

3.1	A NIVEL NACIONAL:	
3.1.1	Asociación Nacional de Importadores y Exportadores de la República Mexicana (ANIERM)...	66
3.1.2	Asociación de Banqueros de México .....	68
3.1.3	Banco Nacional de Comercio Exterior ----- (BANCOMEXT) .....	70

3.1.4	Cámara Nacional de la Industria y la Trans- formación (CANACINTRA) .....	74
3.1.5	Consejo Empresarial Mexicano para Asuntos- Internacionales (CEMAI) .....	76
3.1.6	Confederación de Cámaras Nacionales de Co- mercio de la República Mexicana (CONCANA- CO) .....	78
3.1.7	Instituto Mexicano de Comercio Exterior -- ( IMCE ) .....	79
3.1.8	Secretaría de Hacienda y Crédito Público - (SHCP) .....	82
3.1.9	Secretaría de Comercio y Fomento Industrial	84

### 3.2 A NIVEL INTERNACIONAL:

3.2.1	Asociación Latinoamericana de Libre Comer- cio (ALALC) (Asociación Latinoamericana - de Integración - ALADI) .....	85
3.2.2	Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros- y Comercio (GATT).....	87
3.2.3	Conferencia de las Naciones Unidas sobre - Comercio y Desarrollo (UNCTAD) .....	92
3.2.4	Sistema Generalizado de Preferencias --- (SGP) .....	94

## C A P I T U L O    I V

GENERALIDADES SOBRE CREDITO DOCUMENTARIO, FINANCIAMIENTO  
Y APOYOS A LA EXPORTACION

4.1	DOCUMENTACION MAS USUAL EN LAS COMPRAVENTAS INTERNACIONALES .....	98
4.2	GARANTIAS Y BENEFICIOS DE LAS CARTAS DE CREDITO.....	102
4.2.1	Cartas de Crédito Irrevocables Confirmadas ....	103
4.2.2	Cartas de Crédito Irrevocables no Confirmadas..	104
4.2.3	Cartas de Crédito Revocable.....	105
4.2.4	Cartas de Crédito Irrevocables Transferibles...	107
4.2.5	Cartas de Crédito Irrevocables Revolventes Condicionadas .....	110
4.2.6	Cartas de Crédito "Espalda con Espalda" .....	111
4.2.7	Claúsulas Especiales de las Cartas de Crédito .	112
4.3	ASPECTOS DEL FINANCIAMIENTO PROMOCIONAL DE BANCOMEIT - (FOMEX) .....	113

## C A P I T U L O    V

## CASO PRACTICO : EXPORTACION DE CASAS DE MUÑECAS A NUEVA-YORK

5.1	OBJETIVO GENERAL .....	120
5.2	OBJETIVO INDIVIDUAL .....	120

	Pág.	
5.3	HIPOTESIS .....	121
5.4	JUSTIFICACION .....	122
5.5	MARCO PRE-OPERACIONAL .....	123
	5.5.1 Antecedentes de la Promoción Exportadora ..	124
	5.5.2 Cotización .....	126
	5.5.3 Negociaciones .....	128
	5.5.4 Pedido .....	128
5.6	MARCO OPERACIONAL (I): Formalidades Documentarias- y Administrativas .	
	5.6.1 Contrato de Compraventa .....	130
	5.6.2 Carta de Crédito .....	131
	5.6.3 Solicitud Crédito Avío .....	132
	5.6.4 Orden de Producción .....	132
	5.6.5 Certificado de Origen .....	133
	5.6.6 Compromiso de Venta de Divisas (C.V.D).....	135
	5.6.7 Factura Comercial .....	139
5.7	MARCO OPERACIONAL (II)	
	5.7.1 Envase y Embalaje .....	140
	5.7.2 Contratación de Transporte .....	141
	5.7.3 Responsabilidades Bancos: Emisor y Avisador	147
	5.7.4 Formalidades Aduaneras.....	149

	Pág.
CONCLUSION.....	157
ANEXOS.....	160
DIAGRAMAS.....	213
BIBLIOGRAFIA.....	217

## I N T R O D U C C I O N

El propósito básico de esta investigación es contribuir a difundir el conocimiento sobre el proceso de formación de las exportaciones y mostrar como se lleva a cabo la exportación de un producto manufacturado en México, a los Estados Unidos Americanos, específicamente a la Ciudad de Nueva York.

La presente investigación se inicia con la presentación de los conceptos básicos que establecen un fondo útil y la base de conocimientos respecto al tema de la exportación y se divide en cinco capítulos.

El propósito del primer capítulo es proporcionar datos sobre los antecedentes así como los organismos y factores que intervienen en el desarrollo del Comercio Internacional.

El segundo capítulo se refiere a la determinación de los mercados de exportación, elección del producto y su evaluación, las formas de distribuirlo y algunos conceptos más que incluye el procedimiento de la Comercialización en la exportación.

El tercer capítulo nos da una idea general de los organismos existentes a nivel Nacional e Internacional que de

una u otra forma se preocupan por crear las mejores condiciones para que se de el intercambio internacional.

El cuarto capítulo plantea un punto de especial interés para auxiliar a la toma de una decisión acertada respecto a proteger sus intereses en las ventas al exterior y es relativo al Crédito y Financiamiento; dando una visión general sobre los métodos de pago más usuales y los beneficios que pueden obtenerse de los Créditos Documentarios o Cartas de Crédito.

El quinto capítulo, muestra el lado práctico de los aspectos antes mencionados, en un caso en el que se desarrolla una compra-venta internacional; desde la correspondencia inicial hasta que las mercancías llegan a manos del comprador, pasando por la promoción exportadora, negociaciones, organización del transporte y embalaje; los requisitos exigidos por las aduanas y el cobro de la documentación precisa en cada caso.

Cabe mencionar que dichos aspectos han sido tratados en forma general y por lo mismo, son susceptibles a cambios de acuerdo a nuestro entorno en sus diversos sectores, económico, político y social así como el de los países involucrados de acuerdo a las características de los productos a exportar, los recursos del productor y las necesidades del mercado.

Esperando así mismo que la presente investigación sea de la utilidad de aquellos que con conocimientos sobre expor  
tación o sin ellos, busque un apoyo o guía para la formación de alguna oferta exportable, pues en ella se trató de recopi  
lar lo más posible de información sobre conceptos y aspectos básicos con respecto a la exportación; mostrando las diferen  
tes alternativas disponibles y los pasos a seguir en la prác  
tica.

## **C A P I T U L O    I**

### **ANTECEDENTES**

#### **1.1    EVOLUCION HISTORICA DEL COMERCIO INTERNACIONAL**

**1.1.1    La División Internacional del Trabajo**

**1.2.1    La Cooperación Económica Internacional**

#### **1.2    PANORAMA GLOBAL DEL COMERCIO INTERNACIONAL**

**1.2.1    Conceptos básicos que intervienen en el Comercio Internacional**

**1.2.2    Factores condicionantes del Comercio Internacional.**

## 1.1 EVOLUCION HISTORICA DEL COMERCIO INTERNACIONAL

Los intercambios internacionales, en la época actual han quedado configurados por los condicionamientos derivados de las conferencias que orientaron la economía despues de la Segunda Guerra Mundial. Así se han establecido las bases de una política de cooperación y se ha iniciado la ayuda a los países en desarrollo, para conseguir mejores niveles de vida para todos. Y para alcanzar este desarrollo fue fundamental impulsar el perfeccionamiento de los métodos agrícolas y la industrialización.

La división del trabajo de la que ya nos hablaba Adam Smith en el siglo XVIII, aparece hoy con mayor intensidad y, en ésta carrera competitiva, la calidad de los productos y el inteligente aprovechamiento de los recursos, por parte de las naciones, crean las ventajas comparativas requeridas, para que tales productos se sitúen en la posición necesaria, para participar en el intercambio internacional.

En el siglo XIX el Comercio Internacional fue el principal instrumento a través del que muchos países pudieron industrializarse y que hoy se cuentan entre los más desarrollados económicamente. Sin embargo desde finales de la Primera Guerra Mundial el Comercio Internacional ha visto empobrecido su papel hasta el actual nuevo esfuerzo para que el Comercio Internacional vuelva a su misión en el quehacer económico mundial.

### 1.1.1 La División Internacional del Trabajo

Con los primeros autores clásicos ingleses y el inicio del liberalismo económico, se pasa a bogar por una División Internacional del Trabajo, y la idea es la de que la mayor libertad de comercio comporta un mayor bienestar de los pueblos. Basada en esta teoría una gran parte de la expansión colonial de los pueblos europeos a lo largo de todo el siglo XIX, tendía a ampliar mercados para las manufacturas producidas en las metrópolis.

Gran Bretaña, primera potencia económica de la época era la más ferviente difusora del liberalismo que en su vertiente comercial se denominaba libre cambio. Y al amparo de estas ideas muchos países eliminaron los impuestos y gravámenes que en épocas anteriores habían ido estableciendo para impedir que las mercancías penetraran en los mercados nacionales y las fronteras fueron abiertas a productos de otros países. El mecanismo sirvió para que algunos países se desarrollaran a través de la especialización en la producción de bienes de consumo ó en artículos manufacturados que pudieran obtener a unos costos más convenientes que los alcanzables por otros países.

Sin embargo los debates teóricos entre quienes creían que lo útil era esta libertad y los que pensaban lo contrario propició de nuevo el cierre de las fronteras, que con tanto trabajo se habían logrado abrir.

Las prohibiciones a importar y la instauración de tarifas aduaneras con elevados impuestos marcaron ésta época - de fines del siglo XIX.

La práctica, se basaba en la consideración económica de que las industrias nacionales no podían resistir, la competencia de los productos elaborados en el extranjero en condiciones más competitivas, la evolución posterior de los nacionalismos, llegando a culminar en la primera Guerra Mundial, impulsó a quienes defendían el cerrar las fronteras a las manufacturas extranjeras; la teoría fue llamada proteccionismo, por el hecho de que pretendía proteger con éstas medidas a la producción nacional.

La diversidad de las condiciones naturales constituye una primera fuente de desigualdades entre países. El elemento humano, su distribución geográfica, su estructura por edades y el nivel de formación o de aptitudes, por un lado - y la dotación de equipo y capital, por otro; constituyen una segunda fuente de desigualdad, por las diferencias de productividades. Estas diferencias se reflejan principalmente en la producción y en el comercio.

"Las ventajas teóricas de la división del trabajo son idénticas tanto en el plano internacional como en el nacional o interno. De ahí surge, como corolario, que los recursos de un país deben reservarse a la producción de bienes menos costosa, e intercambiar parte de ellos por productos en los que otros países tienen una ventaja relativa". ( 1 )

Sin embargo, el argumento de especialización, no significa que un país se dedique exclusivamente a la actividad en que tiene mayor ventaja frente a los demás países. Existe un límite a la especialización, y éste viene determinado por la capacidad de los mercados exteriores, es decir, la demanda extranjera. Es así que el argumento de la especialización diversificada de la producción, surge.

Los economistas a la base de esta argumentación han sido Eli Heckscher y Bertil Ohlin, mostrando que las diferencias en las condiciones de producción entre países se deben-

a dotaciones desiguales de factores o recursos productivos.

Una producción con mayor contenido de recursos abundantes de un país favorece la exportación contra la importación de productos que incorporan recursos más caros. Si los recursos fueran de fácil movilidad, se registraría un desplazamiento hacia los países de mayor remuneración hasta que quedaran todos a la par.

Ante la imposibilidad de hacerlo, el comercio internacional de bienes interviene para substituir este inmovilismo.

Cada país entonces, exporta lo que le cuesta más barato producir e importa lo que le costaría más caro producir en su interior, en razón de la disponibilidad o escasez de recursos necesarios. El intercambio internacional viene a ser, indirectamente un comercio del producto de factores escasos contra el producto de factores abundantes.

Ante lo expuesto, el argumento de la especialización deberá ser considerado de manera dinámica, ya que el día de mañana un país podría hacer lo que ayer no pudo y tal vez - pueda hacerlo aún mejor que otros países.

### 1.1.2 La Cooperación Económica Internacional.

El progreso tecnológico y la mejora en los sistemas de transporte está determinando en estos últimos años la ampliación del Comercio Internacional y un nuevo esfuerzo por la cooperación económica internacional que permita el mejoramiento del nivel de vida de los diversos países.

Dicha tendencia se ha venido manifestando muy claramente desde fines de la Segunda Guerra Mundial.

La cooperación no se ha visto limitada a aspectos comerciales, sino que ha trascendido a aspectos financieros y técnicos por el impulso y afianzamiento de organismos internacionales de diversa índole.

En su vertiente más universalista las Naciones Unidas y los organismos que giran en su órbita, llevan la responsabilidad de facilitar los intercambios comerciales, proteger el desarrollo económico y velar, en ciertos casos, por el progreso de los países en menor desarrollo.

En los últimos tiempos la cooperación económica a nivel regional se ha multiplicado, ejemplo de ello es Europa - en donde tres grandes bloques de cooperación se han formado; la Comunidad Económica Europea, Asociación Europea de Libre Comercio y Consejo de Asistencia Económica mutua.

Las Naciones Unidas, como organización tiene las siguientes finalidades: mantener la paz y la seguridad internacionales; fomentar entre las naciones relaciones de amistad—realizar la cooperación internacional en la solución de problemas internacionales de carácter económico, social, cultural o humanitario y estimular el respeto a los derechos humanos. La sede de ésta organización se encuentra en la Ciudad de Nueva York.

Los aspectos económicos de la cooperación entre los miembros de las Naciones Unidas han ido incrementándose con posterioridad a su aprobación en la Conferencia de San Francisco en 1945; además se han ido estableciendo una serie de programas que se ocupan de aspectos concretos del desarrollo.

PNUD; Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo. Surgió de la fusión del Programa ampliado de asistencia técnica y el Fondo especial de las Naciones Unidas, en una sola empresa, que presta atención al mejoramiento de la producción agrícola, forestal, pesquera y ganadera, fabricación de manufacturas energía y transportes, comunicaciones, comercio y finanzas, educación a todos niveles, planificación económica y administración pública.

UNITAR; Instituto de Formación Profesional e Investigación de las Naciones Unidas. Creada en 1963 para adiestrar a quienes van a incorporarse a las respectivas adminis-

traciones nacionales, y realiza también labores de investigación sobre la transmisión de la tecnología a países en desarrollo.

ONUFI; Organización de las Naciones Unidas para el desarrollo industrial. Creada en 1966, emprende estudios que son orientados a la investigación de aspectos de la industrialización, organiza seminarios, simposios y programas de capacitación y mantiene un programa de servicios industriales especiales que ayuda a los gobiernos a llevar a cabo nuevos proyectos industriales.

Sin embargo, estas no son todas las instituciones ni organismos, pues junto a esta serie de programas y organismos de las Naciones Unidas funcionan más de una docena de Organismos Internacionales que operan independientemente de las Naciones Unidas, pero que se coordinan el trabajo global de las Naciones Unidas mediante acuerdos de colaboración.

Así pues tendremos conocimiento, un tanto generalizado de otras de estas instituciones, en el capítulo III, para poder ampliar un poco más la información necesaria y suficiente sobre ellas.

## 1.2 PANORAMA GLOBAL DEL COMERCIO INTERNACIONAL

No se descubre nada nuevo si se dice que la existencia del Comercio Internacional se remonta a épocas tan lejanas como la de la aparición de las actividades económicas sobre la tierra. Claro que en un principio no existía una delimitación clara de lo que era Comercio interior y Comercio exterior, puesto que las fronteras nacionales de cada uno de los países no aparecían con claridad, al menos no con la que hoy en día se presentan.

Así también, aún no aparecían una gran parte de trabas y dificultades que actualmente diferencian al comercio interior del exterior; pero la esencia del tráfico de mercancías entre zonas geográficas y políticamente distintas es la misma desde hace muchos siglos.

En la transición de la Edad Moderna, con la aparición de los Estados en su versión actual y la apertura al comercio de continentes enteros, tales como América y Asia, las bases del Capitalismo Comercial quedaban bien sentadas. Sin embargo la idea de que lo que unos ganaban era a costa de lo que otros perdían, hizo que los países más importantes practicasen políticas muy restrictivas en contra de las importaciones procedentes de otras zonas, así trataban de impedir la disminución en cantidad de los productos que el propio país podía disponer.

### 1.2.1 Conceptos básicos que intervienen en el Comercio Internacional.

De la misma manera que las empresas individuales contabilizan las operaciones que realizan mediante sistemas de partida doble, los distintos países, o economías nacionales, disponen de sistemas de cuentas que permiten registrar sistemáticamente la serie de transacciones económicas que se han producido en un período determinado, normalmente un año, entre el propio país y el resto de países.

A través del estudio de este sistema de cuentas los exportadores pueden percatarse realmente de la solvencia global que puede atribuirse a los importadores de un determinado país.

Así el interés que un exportador tiene por conocer la solvencia financiera global de los distintos países del mundo no es simplemente anecdótica, los países con escasez de divisas suelen dictar medidas encaminadas a destinarlas a importaciones esenciales y el exportador de bienes suntuarios debe prever dificultades para poder vender en dicho mercado.

Desde este punto de vista como base, sólo resta concretar el concepto de balanza de pagos, balanza comercial -- (definiendo los diferentes rubros que intervienen en éstas) -- y su estructura.

Segun definición del Fondo Monetario Internacional --  
"La BALANZA DE PAGOS, es un sistema de cuentas que comprende un período dado y cuyo propósito es registrar sistemáticamente:

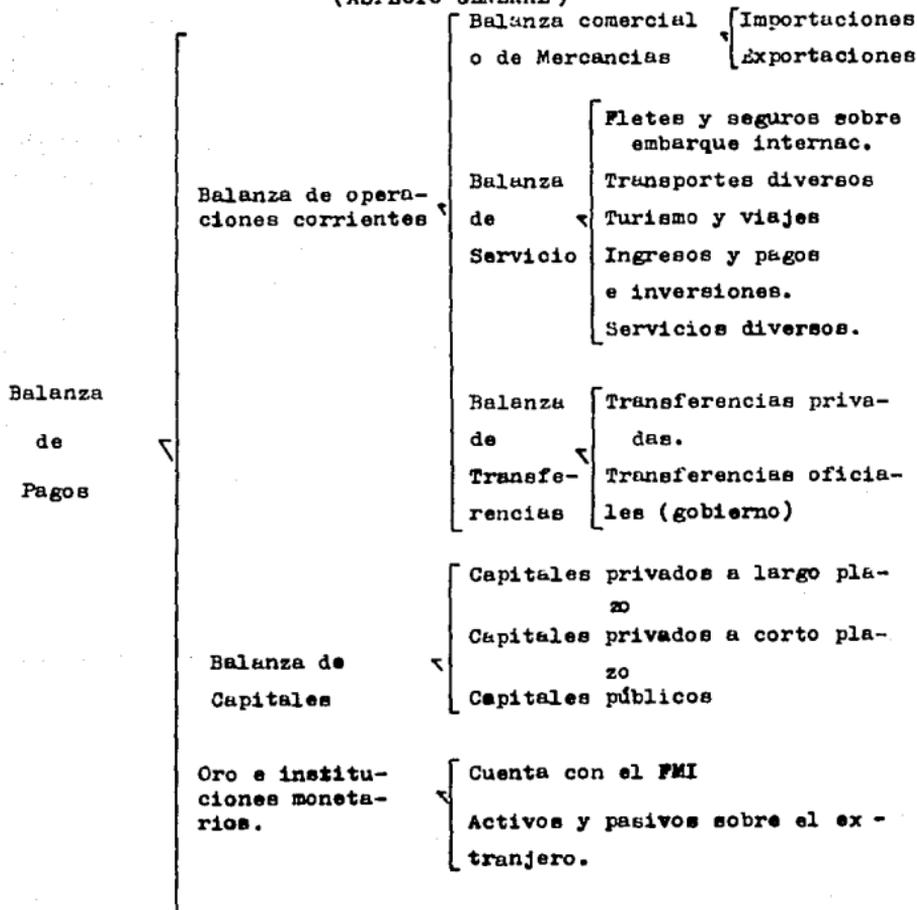
- a) Las corrientes de recursos reales, incluyendo los servicios de los factores de producción originales entre la economía interna y el resto del mundo.
- b) Los cambios en los activos y pasivos sobre el extranjero de un país derivados de transacciones económicas.
- c) Los pagos de transferencias que constituyen la contrapartida de recursos reales ó de créditos financieros que la economía interna suministra, o recibe del resto del mundo." (2)

Entonces podemos decir que la Balanza de Pagos es un estado contable de todas las transacciones económicas y comerciales realizadas entre los residentes de un país (México en este caso) y el resto del mundo, comprendidas dentro de un período de tiempo determinado (usualmente un año).

Las transacciones económicas incluidas son todas aquellas relativas a:

- Comercio de mercancías
- Intercambio de Servicios
- Transferencias de capital

ESQUEMA DE UNA BALANZA DE PAGOS  
(ASPECTO GENERAL)



ESQUEMA DE LA BALANZA DE PAGOS

DE MEXICO

	Balanza Comercial	{ Mercancías
Balanza de Cuenta Corriente	Balanza de Servicios	{ Balanza de servicios no financieros: Turismo, <u>Tran</u> sacciones fronteri <u>z</u> as, maquiladoras y transporte, fle <u>t</u> es y seguros, oro y plata no moneta <u>r</u> ios, y otros ser <u>v</u> icios.  Balanza de ser <u>v</u> icios financieros; Remesas relaciona <u>d</u> as con inversio <u>n</u> es.
	Balanza de Transferencias.	{ Transferencias -- oficiales y priva <u>d</u> as, sin contra--partida.
Cuenta de capital		{ Capital a largo plazo y capital a corto plazo.

Para comprender un poco mejor el esquema de la Balanza de Pagos de nuestro país, veremos a continuación como se obtienen los datos que se registran en ella y el porque algunos difieren o se dificulta su cálculo:

Balanza Comercial (BC):	Exportaciones de mercancías menos importaciones de las mismas.
Balanza de Bienes y Servicios (BBS) :	Exportaciones de bienes y servicios menos importaciones de bienes y servicios, sin incluir transferencias.
Balanza de Cuenta Corriente (BCC) :	BBS más el saldo de transferencias.
Balanza Básica (BB):	BCC más la balanza de cuenta de capital a largo plazo.
Balanza de liquidez Neta (BLN) :	BB más la cuenta neta de capital privado no líquido (no monetario) a corto plazo, y en <u>al</u>

BLN

gunos casos, se añade--  
la asignación de la ---  
cuenta de "Errores y O-  
misiones".

(En el caso de México -  
resulta difícil calcu-  
lar esta balanza por -  
los problemas de deter-  
minación de la cuenta-  
de capital privado a -  
corto plazo líquido y  
no líquido).

Balanza de Transac-  
ciones de Reservas

BLN más la cuenta neta  
de capital privado lí-  
quido o BB más la cuen-  
ta neta de capital pri-  
vado líquido y no lí-  
quido. Dificil de cal-  
cular por las mismas -  
observaciones que en -  
BLN).

Balanza de Cuenta  
Monetaria (BCM)

BTRO más la cuenta ne-  
ta de pasivos oficia-  
les.

La Balanza Comercial, es la parte de la balanza de pagos que engloba las transacciones de mercancías que se han realizado durante un cierto período de tiempo entre el país y el resto del mundo.

Aquí encontraremos dos renglones: importaciones y exportaciones, y con referencia a estas existen estadísticas mensuales en la mayoría de los países del mundo. Debido a -- que normalmente, las importaciones de mercancías se dan en -- términos C.I.F. (costo, seguro y flete ) y a que las exportaciones de mercancías realizadas hacia otros países se contabilizan en términos F.O.B. (Franco a Bordo; sin seguro ni -- flete), suele aceptarse que para que una balanza comercial -- aparezca equilibrada (o sea que exportaciones equivalgan a -- importaciones) basta con que el grado de cobertura de las importaciones por el volumen de las exportaciones sea del orden del 90 al 93%.

El fuerte incremento de los precios de petróleo registrado desde 1973 ha tornado deficitarias muchas balanzas comerciales de países no productores y ha generado fuertes desequilibrios en los pagos internacionales y en los signos de las balanzas comerciales.

El mapa 1 sintetiza el signo de la balanza comercial de los países del mundo antes de la crisis energética. (ver-Anexo 1).

Ahora bien desde el punto de vista de los contratos de compraventa hay que tomar en cuenta, que en un contrato de importación-exportación se está bajo legislaciones nacionales - diferentes, y hay que tener conocimiento sobre quien debe pagar los gastos de transporte; quien tiene que asegurar las mercancías y soportar las pérdidas en caso de siniestro, y -- quien debe cubrir los gastos de papeleo y manipulación de mercancía, etc.

Para dar solución a esto y posibilitar que unas determinadas expresiones y abreviaturas comerciales fueran aceptadas e interpretadas de igual forma por el mayor número de importadores y exportadores mundiales, la Cámara de Comercio Internacional publicó en 1936 una primera edición de sus llamados INCOTERMS (abreviación de International Chamber of Commerce Trade Terms), que en parte se basó en la nomenclatura usada desde 1919 en los Estados Unidos con el nombre de "Definiciones para el Comercio Exterior Norteamericano", y que trató de internacionalizar el uso de una serie de términos y tipos de cotización.

Al mismo tiempo se intentaba evitar los aumentos de precios que derivaban de los "margenes de seguridad" que se imponían para poder cubrir los gastos eventuales que se van originando mientras se lleva a cabo el desarrollo de la operación de exportación-importación.

Comenzaremos por la cláusula "en Fábrica"; con la cual el vendedor solo se compromete, por el precio que ofrece, a poner la mercancía a disposición del comprador en la fecha y lugar indicado, siendo el comprador quien se haga cargo de -- riesgos y gastos a partir de dicho momento.

Las cláusulas F.O.T (Franco sobre camión) F.O.R (Franco sobre tren) y F.A.S (Franco al costado del buque), son empleadas para los casos de transporte terrestre y marítimo respectivamente, y en ambos el vendedor se obliga a embalar la mercancía y entregarla así como ayudar al comprador en la gestión de la documentación necesaria pues es el comprador, a -- quien en estos casos le corresponde tomar a su cargo todos -- los problemas y gastos derivados de la exportación (licencias pagos de derechos, etc.).

La cláusula F.O.B. (Franco a Bordo o Libre a Bordo); como se entiende en ella se compromete el vendedor a correr con los gastos y riesgos que se presenten hasta el lugar de entrega en el país correspondiente, así mismo debe preocuparse por obtener los permisos de exportación, pagar los aranceles e impuestos de exportación que puedan exigirse hasta el momento -- en que la mercancía se considera que está ya fuera de las --- fronteras del país. La cláusula F.O.B. aeropuerto se cumple -- entregando el exportador la mercancía en el Almacén del Aero-  
puerto.

Las cláusulas C.&F y C.I.F. se aplican cuando el transporte es realizado por vía marítima y terrestre. En las dos el coste del transporte hasta la llegada a su destino corre a cargo del vendedor pero los riesgos se transfieren al comprador desde el momento mismo en que la mercancía se ha entregado al buque o camión. Para que esta transferencia se produzca el vendedor debe enviar al comprador el aviso de afectación, (usualmente es por telegrama), en el que se informe que se ha entregado la mercancía al transporte y le firme el envío de la documentación de que debe disponer para hacerse cargo de la mercancía en el puerto de destino. La única diferencia entre C.&F. y C.I.F. es que en la segunda el vendedor es quien cubre el precio de la póliza del seguro.

Las cláusulas "Sobre Muelle", y "Entrega Libre", son con las que el vendedor se compromete más; los gastos y riesgos que se producen hasta que la mercancía se sitúa en el lugar de destino (en el primer caso) y en el almacén del comprador (en el segundo caso) corren a cargo del vendedor. Así en la cláusula "Sobre Muelle" hay dos alternativas:

- La de "derechos por cuenta del comprador", paga los gastos portuarios de descarga de la mercancía del buque.
- Y la de "Libre de derechos"; se hace cargo del pago de los aranceles e impuestos y gastos de despacho aduanero que se pudiesen dar.

### 1.2.2 Factores Condicionantes del Comercio Internacional

Cuando se intenta analizar los factores que influyen en el comercio, se ve que el clima, el relieve, las facilidades de transporte, los recursos naturales, la geografía económica en general, juegan, un cierto papel en la estructura de las corrientes de tráfico de importaciones y exportaciones, pero se está observando que el comercio se configura -- por la acción de los hombres que, cada vez más van siendo -- capaces de ir transformando los condicionantes naturales mediante la aplicación de avanzadas tecnologías.

El antiguo determinismo geográfico va dejando su lugar, a la idea de que el grado de desarrollo de los países es más importante que su dotación primaria de recursos naturales para explicar las corrientes comerciales que se producen teniendo en cuenta la serie de condiciones que concurren para explicar el nivel de desarrollo de los diferentes países.

Ahora bien vamos a considerar como condicionantes básicos de la estructura y de las posibilidades mundiales de comercio, la población y la renta mundial, dando como justificación para esta concepción que buscamos ofrecer, no las bases de una teoría del comercio internacional sino las de una mejor captación de los elementos determinantes de la capacidad importadora de los países.

La población Mundial. El primer factor importante -- que puede explicar la capacidad importadora de un cierto mercado es el número de sus habitantes. Sin embargo hay que tomar en cuenta su capacidad adquisitiva y la estructura de la población. Los principales datos que suelen observarse en los estudios demográficos son los siguientes:

- Número total de habitantes de una zona (población total)
- Clasificación por sexos
- Clasificación por edades
- Clasificación conjunta por sexos y edades
- Clasificación de la población por el estado civil
- Número de analfabetos existentes
- Porcentaje de la población activa dentro del total de la población.
- Posición económica
- Densidad de población en la zona considerada
- Características físicas de la población
- Personas agrupadas por sus ocupaciones: Técnicos, -- profesionales, agricultores, mineros, etc.

La consideración específica de cada uno de estos factores debe ser apreciada en función del mercado en el que se pretende introducirnos; un exportador de juguetes debe poder realizar mejores negocios por ejemplo; en zonas de población joven.

Las estimaciones demográficas, por sí solas, no bastan para ofrecer una idea suficiente de la capacidad de absorción de un mercado. El total de la renta de cada uno de los países depende tanto del nivel de población como del grado de riqueza existente. La confluencia de ambos factores hace que la clasificación ordinal de países en relación a la renta de que disponen, no coincida con la clasificación según la población ni con la que tiene en cuenta la capacidad adquisitiva de cada uno de los habitantes.

Ahora bien hay que observar el significado de la renta mundial, y comprender que las cifras de renta calculadas no deben tomarse como datos exactos sobre la capacidad de compra de los diversos mercados mundiales, sino únicamente como aproximaciones, que nos orientaran al respecto, pues las diferencias debidas a la consideración de uno u otro tipo de magnitudes es poco relevante.

También definiremos los conceptos de producto nacional bruto y renta nacional, para mostrar que no son equivalentes;

El producto nacional bruto es; la suma del total de la inversión privada y pública y del consumo público y privado de un país durante un año. Si le restamos las amortizaciones obtendremos el producto nacional neto; si restamos de este el volumen total de impuestos indirectos que el Gobierno ha recaudado obtendremos la Renta Nacional.

## B I B L I O G R A F I A

### ( C A P I T U L O I )

1. Centro de Estudios en Comercio Internacional. "Fundamentos de Comercio Internacional". México D.F. 1988. p.5.
2. Granell Trias, Francisco. "La Exportación y los Mercados - Internacionales". Cap.II. Barcelona. Editorial Hispano-Europea, 1979. p.34
3. Idem.

## C A P I T U L O      I I

### APROXIMACION AL MERCADO INTERNACIONAL

- 2.1      EVALUACION PREELIMINAR DE LA EMPRESA EN RELACION A  
         SUS POSIBILIDADES DE EXPORTACION
  - 2.1.1    Capacidad Física
  - 2.1.2    Capacidad Económica
  - 2.1.3    Capacidad Administrativa
  
- 2.2      ETAPAS DE LOS PROCEDIMIENTOS DE COMERCIALIZACION Y  
         EXPORTACION
  - 2.2.1    Selección y Evaluación del Producto a Ex-  
         portar
  - 2.2.2    Determinación del Mercado de Exportación
  - 2.2.3    Adecuación y diseño del producto
  - 2.2.4    Determinación y formación del precio de -  
         exportación
  - 2.2.5    Canales de Distribución
  - 2.2.6    Envase, Embalaje y Transportación
  - 2.2.7    Mecanismos de Promoción como instrumentos  
         de Comercialización.
  - 2.2.8    Orientaciones Administrativas para efec-  
         tuar operaciones internacionales

## 2.1 EVALUACION PRELIMINAR DE LA EMPRESA EN RELACION A SUS POSIBILIDADES DE EXPORTACION

Un buen principio cuando un empresario pretende exportar es el análisis de su propia empresa desde diversos pun--tos de vista, lo que será de gran ayuda para evaluar la capaacidad real de abastecer algún mercado, en el exterior y le --evitará probables problemas en el futuro, como la insuficiente oferta para enfrentar a la demanda externa, la incapaci--dad de ofrecer financiamiento, a sus clientes, etc. Normal--mente este análisis de la empresa abarca:

### 2.1.1 Capacidad Física

La capacidad física de exportación se mide por la ca--pacidad instalada de nuestra planta, que representa la pro--ducción potencial de nuestro producto, de lo que hay que de--ducir un porcentaje que se destina a consumo interno. Desde un punto de vista dinámico hay que contemplar las posibilidades de expansión en la planta, así como del consumo interno.

Si el problema es la capacidad física de exportación--se puede pensar en la expansión de la planta o en aumentar - el número de horas de trabajo, ó el número de turnos. Obvia--mente, el futuro exportador podrá hacer uso de los estímulos fiscales y apoyos financieros que el gobierno otorga, sobre--todo cuando se trata de la expansión de la planta productiva.

### 2.1.2 Capacidad Económica

En el supuesto de la existencia de capacidad física - de exportación, es necesario verificar si los costos de producción y comercialización de la firma le permiten competir en los mercados internacionales. Asimismo, habrá que evaluar la situación financiera de la empresa.

Si el problema es la capacidad económica, el exportador podrá considerar la posibilidad de reducir los precios - de los productos destinados al mercado exterior, utilizando el costeo directo, o bien puede buscar, fuentes alternativas menos costosas de abastecimiento de materias primas y maquinaria. Al igual que en el caso anterior, podrá recurrir a -- los estímulos gubernamentales de tipo fiscal y financiero, - creados específicamente para dar mayor competitividad a los productos nacionales en el mercado internacional.

### 2.1.3 Capacidad Administrativa

Se verifica si la firma tiene una organización adecuada para el negocio de exportación. Es decir, si cuenta con un departamento de exportación y funcionarios capacitados en asuntos de procedimientos de exportación, envases y embalajes, transportes, seguros y mercadotecnia internacional.

Si el problema es la falta de capacidad administrativa, se podrán instrumentar programas de capacitación al per-

sonal en áreas como Tráfico y Comercialización Internacional o bien, la empresa podrá aprovechar los servicios de asesoría y de capacitación que en materia de comercio exterior -- algunas entidades ofrecen.

Es necesario verificar la actitud mental (Conciencia-exportadora) del empresario hacia la exportación. Posiblemente desconozca las ventajas de la exportación para su firma o bien no tenga interés porque piensa que es demasiado -- complicado, o sus operaciones en el mercado interno son suficientemente rentables.

## 2.2 ETAPAS DE LOS PROCEDIMIENTOS DE COMERCIALIZACION Y EXPORTACION

El industrial y el exportador que desee elegir entre uno o varios de sus productos para lanzarse a la exportación debe tomar en cuenta en primer lugar la existencia de excedentes exportables y la previsión futura de su evolución dada la posibilidad de una expansión de la producción o la contracción de la demanda interior.

Un buen indicio para ver las exportaciones posibles es la consulta del Anuario Estadístico del Comercio Exterior las estadísticas denotan si dichos productos se exportan y de la comparación de los anuarios referidos a una serie de años puede elaborarse un cuadro que permite seguir la evolución de los últimos años. El recopilador de los datos debe comprobar si son comparables ya sea por el área geográfica--definida o por la moneda, y cantidad elegida.

La decisión sobre la comercialización involucra cuatro decisiones componentes; la primera decisión (CUANDO) tiene que ver con cuestiones relativas al momento en que debe introducirse ya sea la temporada adecuada, o cuando tal vez se hayan hecho mejoras al producto.

La segunda decisión (DONDE), se refiere a la estrategia geográfica los diversos mercados candidatos, se incluyen como renglones de una lista y los criterios de atractividad se ponen como columnas.

La tercer decisión consiste en fijar el blanco de su distribución y promoción a los mejores grupos en perspectiva, es decir (A QUIEN) se dirigirá, a mercados meta prospectos. La cuarta decisión y paso final, es el (COMO), o sea preparar la estrategia de mercadotecnia de introducción.

### 2.2.1 La Selección y Evaluación del Producto a Exportar.

Una vez que el futuro exportador tiene una visión sobre la infraestructura económica mundial se hallará en mejores condiciones para lanzarse a la aventura de vender sus productos en mercados internacionales.

Ahora bien existen varias situaciones posibles, la primera se da cuando un comerciante desea exportar, situación diferente a la segunda, cuando un fabricante desea exportar y aquí se darán a su vez dos situaciones:

- 1) Cuando el fabricante desea exportar un producto que podrá sea diseñado especialmente para ello por el personal responsable.
- 2) Cuando el fabricante tiene algun producto exportable que por supuesto deberá evaluar y adecuar a las necesidades del mercado que por sus características sea elegido.

En la evaluación del producto para la exportación, el estudio de los siguientes aspectos puede ayudar a determinar las posibilidades de un producto en un mercado extranjero.

Algunas herramientas que pueden ayudar a tal fin son: la investigación de mercados, las entrevistas con los posibles consumidores, la comparación con productos de la competencia, etc.

#### A) Bienes de Consumo Final

##### a) Aspectos referentes al producto en sí:

- Prohibición del uso de ciertos materiales o aditivos
- Necesidad de cambio en el sabor, color o cualquiera otra característica del producto.
- Existencia de regulaciones referentes a seguridad, protección del consumidor, etc.
- Requisitos referentes a la vida y preservación del producto.

##### b) Uso y operación del producto:

- Necesidad de introducir cambios en el producto debido a diferencias en los hábitos de consumo.
- Existencia de ventajas del producto con respecto a los de la competencia.
- Necesidad de escribir en la lengua del país de destino las instrucciones de uso (por lo menos en inglés)
- Servicios de instalación, mantenimiento y garantía normalmente ofrecidos a nivel, tanto nacional como internacional.

c) Empaque y Diseño:

- Tipo de empaque más usualmente utilizado.
- Medidas usuales o normales.
- Existencia de regulaciones referentes a pesos y capacidades.
- Información que debe aparecer en el empaque.
- Necesidad de empaque protector como consecuencia de las condiciones climáticas.
- Factores determinantes del diseño del empaque.

d) Distribución y Venta:

- Requisitos en cuanto al comercio del producto.
- Medidas que se habrán de tomar para evitar el deterioro durante el transporte y el almacenamiento.
- Existencia de regulaciones para la venta del producto.
- Necesidad de que el producto sea vendido por cierto tipo de distribuidores.

e) Marca:

- Marcas que han sido registradas en el extranjero.
- Riesgo de confusión con otras marcas.
- Posibilidad de que la marca seleccionada sea malinterpretada o bien de que tenga una connotación desfavorable.
- Problemas de pronunciación en la lengua correspondiente al país que se encargará de importar nuestro producto (relacionado esto al punto anterior con respecto a la confusión que se pueda ocasionar).

f) Potencial de ventas a largo plazo:

- Ventajas del producto con respecto a los de la competencia.
- Funcionamiento de canales para la venta o necesidad de desarrollarlos.
- Cantidad de productos competidores.
- Existencia de productos similares que puedan ser lanzados al mercado.

B) Bienes de Consumo Intermedio

Los factores a considerar cuando se analiza la exportabilidad de un producto de consumo intermedio difieren un poco con relación a los productos de consumo final. Casi invariablemente los servicios posteriores a la venta, ofrecidos por la empresa son de importancia decisiva.

a) Factores de operación:

- Requerimientos en cuanto a rendimiento.
- Problemas para la operación (clima, operadores sin experiencia, etc).
- Regulaciones de seguridad en el manejo.
- Términos de la garantía solicitados.
- Adecuación del producto a las especificaciones del comprador.

b) Requerimientos en cuanto al servicio :

- Servicios que el cliente espera recibir;
- Refacciones, mantenimiento y reparaciones.

- Ensamblado e instalación.
- Entrenamiento de operadores.
- Otros.

c) Comparación con productos de la competencia:

- Ventajas que el producto ofrece en términos de manejo y rendimiento.
- Aspectos en que los productos de la competencia resultan superiores.

## 2.2.2 Determinación del Mercado de Exportación.

Una primera aproximación para determinar hacia que país puede uno canalizar sus ventas, puede ser simplemente estadística. Viendo cuál es el comercio mundial del producto en cuestión y cuáles los países que lo importan, podemos percatarnos de que a tales países es posible exportar. Puede mirarse primero, cosa más fácil todavía, cuáles son las exportaciones del propio producto que otros exportadores nacionales realizan ya a los diversos mercados exteriores.

Si encontramos que un país es ya importador de productos de nuestra nación, podemos tener la seguridad de que dicho mercado es accesible, claro que luego debemos ver en que forma y en que condiciones.

Los primeros criterios determinantes de la elección de los mercados para la exportación se refieren, al análisis de los condicionantes económicos del mercado que estadísticamente parezca interesante:

- Su extensión, su población o su nivel de vida.
- Las distancias hasta aquel mercado y las posibilidades y facilidades de transporte.
- El tipo de política comercial que se sigue en dicho país importador en relación a los navíos de mercancías desde el país de residencia del exportador.
- Los aranceles, impuestos y obstáculos no arancelarios a los que está sujeta la entrada del producto a exportar.

- tar en el mercado de que se trate.
- El grado de dominio de un mercado por un reducido número de exportadores de otras nacionalidades o de la propia.
- Los precios existentes en el mercado para los productos que se vayan a exportar según sus características iguales o diferentes en relación a otros productos -- concurrentes.
- Canales de Comercialización más adecuados.
- Hábitos de compra de un país en función de su rigidez de costumbres, de su estratificación social, de la estacionalidad de la demanda, de duración del período - de compra.

Otro factor cualitativo de primera importancia es el que el exportador sea consciente de sus propias limitaciones quien comienza a exportar debe limitarse a operar con mercados en donde no haya que luchar con competidores demasiado potentes o en donde los obstáculos con que se tropieza no comiencen desde un principio a ser descorazonadores. Es mejor ceñirse a vender sobre unos pocos mercados y de fácil acceso que intentar aventurarse en demasiados mercados sin considerar que el reducido volumen de las exportaciones propias daría fácil entrada a otros mercados en donde los gastos de exportación podrían reducirse en forma substancial. Solamente cuando se domina la técnica de la exportación sobre los "mercados fáciles" es aconsejable aproximarse a estudiar las posibilidades que ofrecen los mercados más difíciles.

### 2.2.3 Adecuación y diseño del producto.

Desde el punto de vista de la adecuación de los productos de exportación a los requerimientos de los diferentes mercados, los exportadores que comiencen a vender en el exterior productos que exijan una atención especial de adecuación deben concentrar sus esfuerzos en unos pocos mercados para no tener que realizar excesivos gastos adicionales de producción o de comercialización hasta el momento en que la amplitud de las series a exportar pueda hacer rentable la diversificación.

Evidentemente, depende todo del tipo de artículo que se pretende exportar. No todos los productos son exportables ni todos los productos son exportables a todos los mercados extranjeros en las mismas condiciones y especificaciones, aunque sí, en todos los casos, el exportador deberá respetar algunos principios básicos:

- Mantenimiento de unos niveles uniformes de calidad a todo el lote solicitado en relación a lo ofrecido como muestra y entre unos envíos y otros.
- Mantenimiento de las presentaciones que han entrado ya fácilmente en mercados análogos.
- Respeto a las normas técnicas y a las exigencias sanitarias que, en su caso, exijan las autoridades del país desde el que se exporta o desde el país en el que han aceptado nuestro producto y por consiguiente lo piensan importar.

#### 2.2.4 Determinación y Formación del Precio de Exportación.

Aunque en la práctica hay muchos modos de determinar el precio, veamos algunos de los más importantes. Primero - los siguientes dos considerados fundamentales:

- 1) Determinación de precios orientada al costo
- 2) Determinación de precios orientada a la demanda

1) Normalmente se usa la primera porque la mayoría de los sistemas de contabilidad acumula los costos originados en la ejecución de tareas determinadas, y los cuadros de -- pérdidas y ganancias muestran claramente la necesidad de cubrir todos los costos.

Un criterio sencillo y común de determinación del -- precio es el método del costo más utilidad, consiste en sumar un margen razonable al costo por unidad. El mérito principal de éste enfoque es su sencillez y esta es también su defecto pues, no contempla las variaciones del costo en distintos niveles de producción.

El método del costo promedio es de uso común, y se -- realiza mediante la curva del costo promedio. El ejecutivo-responsable de la fijación de precios puede utilizar un gráfico (ver Anexo 2, Gráfico 1), Si suponemos que la curva -- del costo promedio contempla la utilidad (una cantidad total fija incluida en el costo fijo total o una cantidad fija por

unidad incluida en el costo variable promedio), lo único que tienen que hacer es decidir cuantas unidades venderá la empresa.

El método de la rentabilidad buscada procura obtener una rentabilidad porcentual ó una rentabilidad total dada en dólares o pesos. El método es esencialmente igual al método del costo promedio, porque la rentabilidad que se pretende obtener se suma al costo total.

El método de Equilibrio, es particularmente útil para considerar la relación entre el ingreso y el costo. Puede trazarse un diagrama de equilibrio que indica el ingreso total que se obtendría en distintos niveles de actividad cuando se vende a un precio supuesto. Luego puede relacionarse esta curva de ingreso total con la curva de costo total para encontrar el punto de equilibrio de la empresa. Esta intersección se denomina el punto de equilibrio.

En este punto, el ingreso total y el costo total son iguales; por encima del mismo en un nivel más elevado de producción, la empresa comenzará a obtener un beneficio con cada unidad; por debajo del punto la firma sufre una pérdida.

Lo antes mencionado podremos comprenderlo mejor, detallado en un diagrama de equilibrio con indicación de las áreas de ganancias y pérdidas. (Ver Anexo 2, Gráfico 2).

2) Determinación orientada a la demanda; el concepto de comercialización subraya la importancia del cliente y en este sentido la determinación del precio impone prestarle más-cuidadosa atención y examinarlo con particular cuidado.

El método más difundido para fijar el precio más ren-table utiliza las curvas de la demanda y la oferta para indi-car el precio y el costo por unidad más que como totales, -- con este enfoque se obtiene un concepto más claro del compor-tamiento de las curvas de ingreso y costo y de la forma más-eficaz de determinar el precio.

Como hemos visto la determinación de los precios es-una de las operaciones más importantes, y con frecuencia más complicada del comercio. En el caso de las exportaciones,-- la fijación de precios es un problema aún mayor a causa de -los muchos factores adicionales que intervienen.(ver Anexo 2 Gráfico 3).

La hoja de cálculo de los costos de exportación (o la hoja de precios, como se le denomina a veces) sirve de lista-de comprobación para estar seguro de que no se ha olvidado --ningun elemento al fijar el precio, y proporciona un método-de cálculo simple ordenado. (ver Anexo 2, Gráfico 4).

Para facilitar la explicación de como se llena la hoja de estimación de costes, veamos el caso hipotético de un -fabricante, cuyo director de exportaciones tenga que calcu--

lar el precio C.I.F. (El término coste incluye, además de los elementos que integran al costo, elementos como los gastos de transporte, seguro y otros). Las unidades normalmente empleadas son las de peso y volumen. Si los envíos los hacen en determinada cantidad de unidades, por decir una docena por caja se debe tomar el peso de la caja como referencia pues nos será útil para el cálculo del flete, los gastos de muelle y el transporte terrestre; así también debemos saber el peso, pues el volumen se utiliza también, a veces, como base del precio de transporte o del flete.

Si el flete para el producto de que se trate se fija -- tradicionalmente sobre la base del peso, resulta sencillo -- calcular el número de unidades que entran en una tonelada marítima. Basta con dividir la tonelada que utiliza la compañía de navegación por el peso bruto de una unidad; en caso que la unidad sea una tonelada métrica y de que esa unidad coincida con la tonelada por la compañía de navegación, en una tonelada marítima entrará una tonelada métrica.

Anteriormente hice referencia a los términos utilizados en la fijación de precios F.O.B., del cual podemos decir cuanto más cercano, más barato; como el costo de entrega variará de acuerdo con la localización del comprador, el cliente que se encuentra a mayor distancia del vendedor, debe pagar más por sus artículos, y posiblemente se incline por un proveedor más cercano.

## 2.2.5 Canales de Distribución

Para una elección adecuada del canal de exportación - que pueda resultar más idóneo es preciso partir de dos puntos de referencia:

a) Un estudio de mercados en el que se precise cuáles son los servicios que se requieran en el propio país y en el de destino, para poder colocar los productos de exportación, y que intermediarios están en mejores condiciones de comercializarlos y cuál es la capacidad de absorción del mercado en cuestión.

b) Las aspiraciones del propio productor sobre el mercado en cuestión: que volumen de exportación se va a realizar, cual es el canal que se adecuara mejor a este volumen, cual es el ritmo de expansión de las exportaciones, etcétera.

Es aconsejable no anclarse en un determinado tipo de canal. Un productor puede elegir vender a través de un comerciante exportador en un mercado pequeño alejado, de una sucursal propia de ventas en un gran mercado cercano y de un distribuidor en otro cierto mercado. Pero hay que meditar bien la elección pues no suele ser una decisión revocable fácilmente y que realizadas algunas inversiones para poner en marcha un canal, habrá que esperar al menos la amortización del coste antes de cambiar a otro.

Algunas empresas deciden intentar la exportación indirecta al considerarse insuficientemente preparadas para todos los trámites y operaciones inherentes al proceso de exportación, y luego proceden a las exportaciones directas.

Los principales tipos de intermediarios a los que se puede recurrir en el comercio de exportación son:

- a) El comerciante o agente exportador que compra directamente el producto al fabricante, generalmente al contado, suma su propio margen busca un comprador en el extranjero, asumiendo todos los riesgos de la venta a crédito. Sus servicios son de incalculable valor sobre todo cuando se trata de mercados lejanos o difíciles, donde el dominio de las prácticas es de importancia excepcional.
- b) El comerciante exportador a comisión, que ante todo es un representante del fabricante; orienta al exportador acerca de las ventas y los envíos y recibe una comisión sobre las operaciones. El exportador fija las condiciones de venta y servicio.
- c) El agente general de exportación, que actúa como un departamento de exportación unipersonal para cierto número de compañías, que suelen fabricar productos diferentes pero relacionados entre sí.

Existen diversos tipos de intermediarios en el Comercio Internacional:

#### Comerciante exportador

Localizado en el país del exportador. Compra los productos y los revende en el extranjero por su propia cuenta en forma directa o a través de sus propios agentes o distribuidores. Su remuneración consiste en la ganancia de la reventa.

#### Casas de Exportación por Comisión

Localizadas en el país del exportador. Actúan como agentes de compra para clientes extranjeros. Manejan los embarques y reciben una comisión pagada por el comprador extranjero.

#### Representante Extranjero de Compras

Es un empleado de una compañía extranjera en cuyo nombre y cuenta adquiere bienes, puede trabajar en el país exportador o puede hacer viajes desde su país de origen para contactar a los abastecedores.

#### Agente de Exportación

Es un individuo o una compañía residente en el país exportador. Vende a nombre y cuenta del exportador a clientes en el extranjero a precios y bajo condiciones establecidas por éste último. Y recibe una comisión por las ventas.

### Distribuidor

Localizado en el extranjero; compra por su cuenta y revende a precios establecidos por él mismo o bien en común acuerdo con el exportador.

### Representante de Exportación

Empleado de la firma exportadora, ubicada en el país de origen y viajando al extranjero. Vende en nombre y a cuenta de la firma exportadora.

Su remuneración consiste en un salario, más las comisiones y gastos.

### Empresa Estatal de Comercio

Empresa propiedad del gobierno (fundamentalmente en los países socialistas donde el comercio exterior es monopolio del Estado). Negocia con los abastecedores extranjeros y firma contratos.

Normalmente se especializan por sectores industriales.

## 2.2.6 Envase, Embalaje y Transportación.

Comenzaremos por definir los dos primeros conceptos:-  
Por envase se entiende "el material que contiene o guarda un producto y que forma parte integral del mismo; sirve para -- proteger la mercancía y distinguirla de otros artículos." (1)

Envase es "cualquier material que encierra un artículo y que no forma parte integral del mismo". ( 2 )

De lo anterior y como conclusión podemos entender por envase "cualquier material que contiene, protege o distingue a un artículo o producto y que puede formar o no parte integral del mismo".

Son muchas las razones por las que se debe envasar un producto, entre las que podemos mencionar las siguientes:

- 1) Para protegerlo
- 2) Distinguirlo de otros productos
- 3) Permitir la aplicación de la etiqueta
- 4) Conservar el producto
- 5) Mantener las condiciones higienicas del producto
- 6) Facilitar su manejo
- 7) Prevenir la pérdida de una o más partes del producto
- 8) Prevenir la adulteración del producto
- 9) Porque así lo obliga algunas veces alguna ley o reglamento.

Por embalaje se entienden los siguientes conceptos;

- "todos los materiales, procedimientos y métodos que sirven para acondicionar, presentar, manipular, almacenar, - conservar y transportar una mercancía" (3).

- "la caja o envoltura con que se protegen las mercancías para su transporte y almacenamiento" (4).

Los factores que normalmente intervienen en la planeación del envase y el embalaje son las características propias del producto, el tipo de transporte y el manejo al que se sometera y las exigencias del mercado al que se va a exportar (preferencias del consumidor, regulaciones y normas - existentes en tal mercado, características del producto de - la competencia).

Es pertinente aclarar que muchos autores utilizan in distintamente ambos términos (Envase-Embalaje), para referir se a todo lo que envuelve a un producto ó a un grupo de productos.

Al examinar el diseño del envase y embalaje, hay que hacer una distinción sobre su construcción desde el punto de vista funcional, entre, el punto de vista promocional. Sin embargo, no por ésto debemos separarlos sino, lograr una combinación que proporcione igual importancia tanto al concepto de envase (como ya lo tenemos concebido), como al concepto de embalaje.

De acuerdo con William J. Stanton, existen tres razones para embalar un producto:

"a) Una razón utilitaria, además de mercadeo, es el proteger al producto en su recorrido desde el fabricante al consumidor y, en algunos casos, incluso durante su vida en manos de este último."

"b) El embalaje también puede cumplir el programa de promoción de una compañía. Un embalaje puede ser la única forma significativa para diferenciar un producto.

Incluso algunas veces, un cambio de embalaje puede rejuvenecer un producto viejo al darle una nueva apariencia."

"c) La dirección de una empresa puede embalar sus productos de forma que aumentan las posibilidades de beneficio.

Un embalaje puede ser tan atractivo que los consumidores estén dispuestos a pagar más con tal de conseguir el embalaje especial." ( 5 )

Así mismo es importante considerar las legislaciones de cada país al respecto; como imposibilidad del uso de los colores de la bandera; imposibilidad del uso de ciertos signos, obligación de usar textos en el idioma oficial, y en el caso de medicinas explicar claramente el uso de las mismas.

Es importante recordar que una de las principales condiciones en el comercio de exportación es asegurarse de que las mercancías lleguen a su punto de destino en el extranjero en buenas condiciones, dentro de un período razonable de tiempo en el sitio de recepción que permita hacer frente a la competencia.

La mayoría del transporte internacional se hace por vía marítima y pese a los últimos desarrollos que ha experimentado el transporte aéreo y el realizado por vía terrestre puede decirse que más del 80% de las exportaciones mundiales son hechas a través del mar.

Pese a este predominio marítimo, todo exportador debe estudiar la elección del medio de transporte a emplear de acuerdo con la naturaleza de su mercancía y con los plazos de entrega que disponga, según el contrato firmado. La mayoría de los contratos de transporte son de adhesión en los cuáles las condiciones están fijadas de antemano.

Para elegir el medio de transporte más adecuado, el exportador tiene que tomar en cuenta:

- El plazo de entrega de que disponga
- El punto de entrega
- El volumen y peso del producto así como su fragilidad
- El costo de los servicios y las preferencias del importador.

La elaboración de un cuadro en donde se vean las diferentes posibilidades de transporte que se ofrezcan y los costos y condiciones que acompañan a cada una de ellas, suele ser muy útil para la elección del medio más adecuado (ver Anexo 2, Gráfico 5).

Por sus características de bajo costo y grandes posibilidades para transportar tonelajes elevados, el transporte más socorrido en el comercio internacional es el marítimo — aunque dicho medio, por lo general requiere de la utilización de otras vías, para el traslado de las mercancías desde el punto de producción hasta los puertos de embarque.

Por su parte el transporte por avión puede ayudar a vencer algunos de los principales obstáculos que se encuentra el exportador. El transporte terrestre también juega un papel muy importante, sobre todo cuando se trata de grandes cargamentos y de destinos normalmente no muy distantes.

A) Transporte Terrestre, la utilización de este en el tráfico de exportación ha empezado a ser posible con la mejora de las redes de carretera. En la mayoría de los casos se utilizan complementariamente al marítimo

a) Transporte por ferrocarril, para el envío de mercancías por medio de ferrocarriles puede recurrirse a

dos fórmulas: la de tráfico fraccionado, es decir que se realiza un transbordo a otro medio distinto, --- debiéndose someter las mercancías a revisión en la --- frontera:

Y la de tráfico internacional, en que los envíos pueden hacerse desde la localidad de expedición hasta la de destino, en el país de utilización, mediante el --- servicio de las diversas compañías nacionales de los países en tránsito. Este sistema suele utilizarse para el envío de vagones completos.

El precio del transporte puede ser pagado por el expdidor o el destinatario, las expresiones "Entregado - en frontera"; "Porte pagado hasta...", definidas en - los INCOTERMS 1953, se aplican a este tipo de trans-- porte, al igual que la "Franco Vagón".

b) Transporte por carretera, se utiliza sobre todo pa ra los envíos puerta a puerta, ya sea "entrega libre" o con otras cláusulas. La flexibilidad de los camio-- nes determina que estos vehículos sean particularmen-- te apropiados para transportar pequeños lotes de mer-- cancias a cortas distancias.

El transportista por carretera responde por las mer-- cancias durante el tiempo que permanecen bajo su cus-- todia, así como de demoras en la entrega. También ad-- mite el uso de contenedores, con objeto de transpor-- tarlas sin manipulación intermedia.

B) Transporte Marítimo, la elección de buque, que incombe al vendedor en las operaciones C.I.F y C. y F. es en principio responsabilidad del comprador en las transacciones F.O.B., aunque en ambos casos puede delegarse en la otra parte.

Las obligaciones tienen distinto alcance según sea el tipo de buque que se elija para la realización del -- transporte, existen tres tipos o posibilidades:

a) La contratación de servicios de buques pertenecientes a compañías navieras ligadas a conferencias marítimas.

b) La contratación de servicios de buques de compañías que no pertenecen a conferencias. (Las conferencias marítimas, son acuerdos de tipo formal suscritos entre compañías navieras, cuya finalidad principal es establecer una política común de fletes, comprometiéndose a no hacerse la guerra de precios).

c) La contratación de buques tramp. Comercian libremente sin itinerario fijo y sus tarifas se discuten con el usuario directamente.

El convenio de Bruselas del 25 de Agosto de 1924 y el tratado adoptado por la conferencia de las Naciones Unidas sobre Transporte marítimo, el 31 de Marzo de 1978 en Hamburgo son la base para las Empresas Marítimas (7).

C) Transporte Aereo, generalmente se piensa que es demasiado costoso, sin embargo puede ayudar a vencer algunos de los principales obstaculos, a la exportación.

Podríamos mencionar que su principal ventaja es la rapidez, pero tiene otras ventajas como, poder llegar a mercados difícilmente accesibles; reducir el costo del embalaje pues la manipulación de la mercancía es más cuidadosa y se utilizan cajas ligeras de cartón de fibra vulcanizada o varias capas de cartón en vez de las jaulas de madera bastante voluminosas usadas en las vías marítimas. Se reduce el costo de asegurar las mercancías, pues las primas que se aplican a los envíos aéreos son menores que las aplicadas para otras vías. Otro atractivo consiste en que sólo suele ser necesario el conocimiento de embarque aéreo, que es un documento internacional uniforme aceptado.

### 2.2.7 Mecanismos de Promoción como instrumentos de Comercialización.

Desde este punto de vista, suelen existir ferias y exposiciones, y la asistencia y participación en ellas suele ser muy útil, pues permite ver el tipo de artículos que se exponen; las firmas expositoras y los clientes potenciales en el mercado, que asisten a éstas; así como la aceptación que un tipo de bien puede tener en función de los gustos de los futuros consumidores que visiten las exposiciones.

El desplazamiento a la ciudad en que tiene lugar la feria suele compensar a quien se propone introducir en un mercado de exportación, pues en el caso de que se quiera exponer en forma directa, se puede recurrir a las facilidades que en estos casos ofrece el propio gobierno o el gobierno del país que realiza la feria en relación a su posible participación.

En muchos casos, con ocasión de ferias y exposiciones se conceden facilidades y reducciones en los precios de los transportes, tanto de personas como de mercancías, y ello puede ser un estímulo más para ir a conocer un mercado, pero no solo ésto, sino ir a trabar conocimiento de los expositores y los visitantes de la feria, probables compradores.

De éste modo damos a conocer nuestro producto a clientes potenciales, encontrándose entre estos también empresas-

que se encargarían de la probable distribución del producto en su país, por tratarse de grupos de cadenas de tiendas que al tener un gran número de éstas repartidas por varios estados de su país, facilitarían a nuestro producto el ser conocido y distribuido, por lo menos en los estados más importantes.

Así mismo se establece contacto no solo con compradores del país sede de la feria o exposición, sino que concurren a éstas, personas de varias partes del mundo, interesadas en el tema de la exposición, con el interés de hacer con tacto con posibles nuevos proveedores

Por ello resulta conveniente preparar folletos redactados (de ser posible en varios idiomas), por lo menos en el idioma del país sede, o inglés;

Tarjetas de visita impresas con caracteres claros que no induzcan a errores a personas poco familiarizadas con el idioma de la nacionalidad del exportador;

Cartas de presentación expedidas por Bancos o Cámaras de Comercio que servirán para abrir puertas, cuando uno no tiene un contacto preestablecido.

Juegos de Muestras, pequeños artículos de regalos con la mar ca de nuestro artículo: botones, ceniceros, plumas, llaveros.

Sin embargo antes de decidir a cual feria asistir se debe realizar un pequeño estudio de mercado preliminar con el fin de determinar si se podrá afrontar la serie de gastos

que implica un viaje, o la instalación de un pabellón de exposición.

Para ello también se deberá consultar todas aquellas facilidades y apoyos financieros promocionales que existan - por parte del gobierno. (Ver 4.3, Capítulo IV).

## 2.2.8 Orientaciones Administrativas para efectuar Operaciones Internacionales

Se pueden identificar cuatro etapas en el desarrollo de las operaciones internacionales en una empresa y cada una tiene su propia política empresarial:

Etapa etnocéntrica (orientación país-hogar). Las operaciones extranjeras contratadas secundariamente con relación a las domésticas. La planeación para los mercados extranjeros se hace en la oficina central y la mayoría del personal de ventas es nativo del país base.

La mezcla de mercadotecnia sigue los modelos domésticos y no se hacen cambios importantes en los productos vendidos en el extranjero.

Las estrategias de promoción y distribución son en esencia las mismas que en el país de origen.

Es probable que la posición etnocéntrica la adopte una pequeña empresa que esté empezando en el mercado internacional o una empresa grande cuyas ventas sean raquíticas.

Etapa Policéntrica (orientación hacia el país huésped) Cada país está conceptualizado como una entidad separada de su organización subsidiaria autónoma. Cada una de las subsidiarias extranjeras hace su propia planeación e investigación de Mercadotecnia. Los productos

se modifican para satisfacer las necesidades locales--  
Cada subsidiaria fija su propio precio y elabora su -  
promoción. La distribución se hace por conducto de --  
los canales y vendedores del país en cuestión.  
Actualmente la mayoría de los ejecutivos internacionales  
creen que la posición policéntrica es la más con-  
veniente. ( 8 )

Etapa Regiocéntrica, (orientación regional), Una re--  
gión recibe el trato de un mercado particular, sin im-  
portar sus límites nacionales y los planes y progra--  
mas de mercadotecnia se establecen para toda la re---  
gión. La distribución y la promoción se desarrollan-  
sobre bases regionales para proyectar una imagen uni-  
forme de la compañía y sus productos.

Etapa Geocéntrica (orientación hacia el mundo) Todo -  
el mundo es tratado como un mercado sencillo, por tan-  
to esta etapa es una expansión de la regiocéntrica.

## B I B L I O G R A F I A

### ( CAPITULO II )

1. Centro de Estudios en Comercio Internacional. "Importancia de la Mercadotecnia Internacional". México D.F. 1988. p.19.
2. Pequeño Larousse de Ciencias y Técnicas. Editorial Larousse México, D.F. p. 370.
3. Aguilar Alvarez de Alba, Alfonso. "Elementos de la Mercadotecnia". Cap. 9, México, D.F. Editorial Cecsá.- p. 61.
4. Centro de Estudios en Comercio Internacional". México, D.F. 1988 p.21.
5. Pequeño Larousse de Ciencias y Técnicas. Editorial Larousse México, D.F. p. 348.

6. Stanton William, J. "Fundamentos de Marketing", México  
D.F. 1981, Editorial Mc Graw Hill p. 45

## C A P I T U L O    I I I

### ORGANISMOS E INSTITUCIONES QUE INTERVIENEN EN EL COMERCIO INTERNACIONAL

#### 3.1 A NIVEL NACIONAL:

- 3.1.1 Asociación Nacional de Importadores y Exportadores de la República Mexicana (ANIERM)
- 3.1.2 Asociación de Banqueros de México
- 3.1.3 Banco Nacional de Comercio Exterior (BANCOMEXT)
- 3.1.4 Cámara Nacional de la Industria y la Transformación (CANACINTRA)
- 3.1.5 Consejo Empresarial Mexicano para Asuntos Internacionales (CEMAI)
- 3.1.6 Confederación de Cámaras Nacionales de Comercio de la República Mexicana (CONCANACO)
- 3.1.7 Instituto Mexicano de Comercio Exterior (IMCE)
- 3.1.8 Secretaría de Comercio y Fomento Industrial --- (SECOFI)
- 3.1.9 Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP)

#### 3.2 A NIVEL INTERNACIONAL:

- 3.2.1 Asociación Latinoamericana de Libre Comercio --- (ALALC)
- 3.2.2 Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio (GATT)
- 3.2.3 Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD)
- 3.2.4 Sistema Generalizado de Preferencia (S.G.P)

### 3.1 A NIVEL NACIONAL:

#### 3.1.1 Asociación Nacional de Importadores y Exportadores de la República Mexicana (ANIERM)

Esta asociación realiza en el interior del país, funciones de vital importancia para el fomento de las exportaciones, a través de asesoría, prestar diversos servicios y - promover el comercio exterior de México, por medio de las siguientes asociaciones:

- Asociación Nacional para el fomento de exportaciones Mexicanas en Monterrey (ANAFEM)
- Asociación de Importadores y Exportadores del Estado de Chihuahua (ADIECHI)
- Asociación para el fomento y desarrollo del Comercio Exterior (AFIMEXO)

También ofrece servicios sobre:

- Trámite de permisos
- Información sobre Comercio Exterior, a través de un boletín informativo semanal.
- Intervención en los comités asesores de la Secretaría de Industria y Comercio
- Organismos promotores del Comercio Exterior en el interior de la República.

Y asesoría en:

- Reducción de impuestos sobre ventas al exterior.

- Obtención de reducciones en las tarifas de transporte.
- Exenciones de impuesto contempladas en la Ley de Fomento de industrias nuevas y necesarias.
- Obtención de incentivos fiscales a la exportación.
- Información sobre:
  - a) Clasificación arancelaria de las mercancías a exportar
  - b) Cargos o derechos de exportación, si los hay.
  - c) Precios oficiales aplicables a las exportaciones
  - d) Si los permisos de exportación son necesarios o no.
- Emisión de Certificados de Origen, los cuáles son reconocidos en todo el mundo. (anexo 3, Gráfico 1). Cuando estos documentos cubran las exportaciones a un país de ALALC (ver punto 3.2.1 más adelante en este mismo capítulo), solamente pueden ser expedidos por la Secretaría de Industria y Comercio, pudiendo la ANIERM tomar los pasos necesarios para obtenerlos por parte del exportador.
- Información sobre transportación, empaque, requisitos consulares de otros países, etc.
- Investigación de mercados extranjeros, contactos en el extranjero para firmas que deseen tener representantes, distribuidores, compradores, etc.

Así a partir de su formación, el 24 de enero de 1944- la ANIERM, es una de las más altas representaciones institucionales que concierne al comercio exterior de México.

### 3.1.2 Asociación de Banqueros de México.

La Asociación de Banqueros de México, fue constituida como asociación civil el 12 de noviembre de 1928, Su propósito fue el de agrupar a las instituciones y establecimientos dedicados al ejercicio del crédito.

Después de cerca de 40 años de actuación, la Asociación de Banqueros de México modificó sus Estatutos en 1967, para ajustar sus atribuciones y sus actividades a los propósitos de servicio a sus asociados, de representación común que incluye entre sus principales objetivos.

Por otra parte en el orden nacional, la Asociación procura la participación activa de la banca en todo esfuerzo que tienda a fomentar el desarrollo del país y en la resolución de los problemas e iniciativas que se relacionen con la economía nacional, en el ámbito que le es propio:

- "Ejecuta los actos tendientes al desarrollo y buen funcionamiento del sistema bancario.
- Aporta su colaboración a las autoridades en los estudios relacionados con la legislación y las disposiciones administrativas que regulan el ejercicio del crédito". ( 1 )

En el orden internacional, mantiene y fomenta sus relaciones con organismos similares de otros países, entidades financieras internacionales, y grupos de sistemas bancarios.

La asociación admite dos clases de miembros: asociados y foráneos. Cuenta entre sus asociados virtualmente a la totalidad de las instituciones de crédito del país, a un muy elevado número de las organizaciones auxiliares, a todas las instituciones de fianzas y a la totalidad de las sociedades de inversión, y entre los foráneos, a un grupo de establecimientos bancarios de otros países, particularmente de los Estados Unidos de América.

### 3.1.3 Banco Nacional de Comercio Exterior (BANCOMEXT)

Esta Institución de banca de desarrollo surgió de la necesidad de que nuestro país tuviera una participación exitosa en los mercados exteriores, y ello exige contar, con la información oportuna, la asesoría necesaria y los apoyos adecuados que permiten estructurar y efectuar la comercialización de la oferta exportable.

Actualmente ha rebasado el campo tradicional de una entidad básicamente financiera, utilizando todos los instrumentos que posee para unificar las ofertas exportables de numerosos productores, que independientemente, no podrían penetrar en los mercados internacionales, orientando permanentemente sus esfuerzos a fin de proporcionar a los exportadores reales y potenciales los servicios que les permitan concurrir en el mercado internacional en condiciones similares a sus competidores.

Para ofrecer el apoyo informativo a la comunidad exportadora, es necesario contar con publicaciones especializadas en comercio exterior que permitan desarrollar actividades de investigación dirigidas a participar en los mercados internacionales.

Bancomext cuenta con un servicio de información bibliográfica que se canaliza a través de su centro de documentación, la cual se encuentra ordenada de la siguiente manera

de acuerdo a:

**Directorios.-** Concentra nombres y direcciones de la oferta exportadora y compradores potenciales, respondiendo a la inquietud de quien puede ser su posible contacto en el extranjero, identificando importadores, distribuidores, almacenes comerciales y productores.

**Estadísticas.-** Reune anuarios estadísticos de comercio exterior nacionales y extranjeros. Su utilidad está relacionada con la participación que tiene un producto en el mercado seleccionado.

**Aranceles.-** Recopila las tarifas de importación de los países extranjeros. El contenido de estos documentos permite conocer el régimen comercial en el exterior.

**Producto.-** Integra publicaciones seleccionadas que analizan la situación del Mercado Internacional. Entre las cuáles podemos mencionar: "Mercado Americano del Metal", "Industria Mineral", etc. Las cuáles nos permiten conocer la situación de un producto en un mercado señalado, precios y canales de distribución.

**País.-** Acumula publicaciones que contienen las condiciones político-económicas y comerciales que afectan a los países en el exterior. Estas publicaciones aportan el riesgo comercial y el régimen de importación.

**Temas.-** Reune publicaciones sobre materias específicas del comercio exterior como: Técnicas comerciales, Acuerdos, Transporte y Organismos Internacionales. Estas publicaciones complementan el conocimiento sobre los elementos que integran al comercio exterior.

Las estadísticas de comercio exterior se presentan en microficha, lo que facilita su consulta, y en lo que se refiere a su ordenamiento, éste, va de acuerdo a las siguientes variables:

**Fracción Arancelaria - Producto .-** Este formato va de acuerdo con la tarifa mexicana de exportación y datos por país con volumen y valor.

**País.-** La estructura corresponde al nombre alfabético por país y datos del producto con el volumen y valor.

**Entidad Federativa.-** Los datos de este formato se encuentran ordenados alfabéticamente por entidad federativa y datos por producto, volumen y valor.

**Aduana.-** El dato inicial de esta presentación corresponde a la aduana mexicana de entrada y salida combinada con datos de producto, volumen y valor.

**Sector.-** La integración de este formato, está de acuerdo con los sectores económicos del producto, volumen y valor.

Bancomext brinda a los compradores extranjeros la información de las empresas exportadoras mexicanas, siendo a la vez un mecanismo de promoción comercial de las mismas. Esto lo logra a través del Directorio de Exportadores Mexicanos en el cuál registra:

- Nombre o razón social
- Domicilio
- Teléfono
- Telex
- Registro Nacional de Importadores y Exportadores
- Nombre y puesto de los principales ejecutivos
- Giro y tipo de la empresa
- Dimensión
- Inicio de operaciones
- Productos exportados ordenados por fracción arancelaria.

También es el encargado de captar los requerimientos de compradores extranjeros que permiten determinar los mercados potenciales. La fuente de esta información la constituyen básicamente las consejerías comerciales de México en el extranjero que coordina Bancomext.

Las solicitudes de demandas, de productos mexicanos — son atendidas a través de diversos mecanismos de enlace. Las demandas de productos mexicanos son publicadas periódicamente en el "Boletín de Oportunidades Comerciales Internacionales".

### 3.1.4 Cámara Nacional de la Industria de Transformación - (CANACINTRA)

Esta cámara agrupa a toda la industria de transformación del país. Y dentro de sus objetivos resaltan por su importancia los siguientes:

- Fomentar el desarrollo de la industria de transformación, procurando asegurar el mercado interno para sus productos y buscando nuevas oportunidades en el mercado internacional.
- Representar y defender los intereses generales y -- particulares de la industria de transformación.
- Ser órgano de consulta del Estado para la satis---- facción de las necesidades de la industria que re-- presenta.

La CANACINTRA, a través de su Comisión Ejecutiva se -- encuentra empeñada, además de atender el mercado local en fo mentar la exportación de los productos de sus asociados.

En este aspecto la CANACINTRA ha creado recientemente su Departamento de Comercio Exterior, quien se encarga de -- auxiliar a sus miembros en todos los aspectos relacionados -- con la materia, esto es en la investigación de mercados in-- ternacionales para productos nacionales, así como la promo-- ción de las exportaciones utilizando principalmente a los -- Agregados Comerciales de nuestro país en el extranjero.

Este Departamento está encargado de preparar las representaciones de ésta cámara ante las distintas Reuniones Sectoriales, que anualmente se realizan en el seno de la ALALC.

Asimismo, esta Cámara cuenta con sus Departamentos de Antecedentes y de Estudios Económicos y Aranceles, los cuales tienen a su cargo el estudio de las posibilidades existentes de concertar "Acuerdos de Complementación", entre nuestro país y los demás miembros de la ALALC, así como el manejo de las estadísticas y la información sobre estímulos gubernamentales a las industrias exportadoras, entre otras.

Además de estas actividades, la Cámara lleva a cabo otras funciones tendientes a lograr una mayor concurrencia de nuestros productos en los mercados internacionales, tales como:

- Participación en los comités públicos y privados que existen en nuestro país y que tienen por objeto el incremento de nuestro comercio exterior.
- Organización de conferencias, congresos y mesas redondas, etc.
- Representación en los Comités de Importación y Exportación de la Secretaría de Industria y Comercio.

### 3.1.5 Consejo Empresarial Mexicano para Asuntos Internacionales ( CEMAI )

Durante la década de los 60's, el sostenido crecimiento de las exportaciones y el interés especial de las autoridades económicas del país en el comercio exterior, propiciaron que por iniciativa de las organizaciones de el sector empresarial del país, surgiera con el nombre de Secretariado Mexicano de Relaciones Internacionales, lo que hoy conocemos como Consejo Empresarial Mexicano para Asuntos Internacionales.

El CEMAI constituye la representación empresarial mexicana que tiene como objeto el coordinar, dentro de un marco amistoso y de solidaridad social las actividades internacionales del sector empresarial mexicano y facilitar la comunicación permanente con los sectores empresariales organizados de otros países; todo con miras a incrementar las actividades económicas de México con el resto del mundo.

Esta organización participa además a nivel empresarial en el proceso de integración de los diferentes grupos económicos: Asociación Latinoamericana de Libre Comercio, la Comunidad Económica Europea, y el Consejo de Ayuda Mutua, -- principalmente. Asimismo, fortalece las relaciones con el comercio y promueve la apertura de nuevos mercados internacionales y la formación e integración de comités empresariales.

El CEMAI participa en las organizaciones internacionales de la iniciativa privada y son las siguientes : Asociación de Industriales Latinoamericanos (AILA), Cámara de Comercio Internacional (CCI), Consejo Interamericano de Comercio y Producción (CICYP) y la Federación Latinoamericana de Bancos (FELABAN).

### 3.1.6 Confederación de Cámaras Nacionales de Comercio de la República Mexicana ( CONCANACO)

Creada el 3 de Noviembre de 1917, constituye la institución central y representativa del comercio organizado en todo el país, contando entre sus principales objetivos:

- Representar y defender los intereses del comercio
- Constituirse en un órgano de consulta del Estado para la satisfacción de las necesidades del comercio.
- Organizar ferias internacionales de acuerdo con la SECOFI, fomentando la exportación de artículos nacionales.

Esta institución pública, autónoma, agrupa en la actualidad más de 250 cámaras de comercio, establecidas en todo el país.

Cumpliendo el objetivo consistente en fomentar las exportaciones mexicanas, la CONCANACO organiza congresos, conferencias, asambleas, etc., sobre comercio exterior, participa también en las ferias, exposiciones y misiones comerciales a otros países, teniendo además representantes en algunos de los organismos públicos y privados que manejan dentro de nuestro comercio exterior, entre los cuales destacan el Comité Coordinador de actividades de la Industria Privada, la Comisión para la Protección del Comercio Exterior de México y el Comité de Ferias.

### 3.1.7 Instituto Mexicano de Comercio Exterior (IMCE)

Con fecha 31 de Diciembre de 1970 fue publicada en el Diario Oficial de la Federación, la Ley que crea el Instituto Mexicano de Comercio Exterior.

Este organismo tiene como finalidad promover las actividades relacionadas con el Comercio Exterior de México, coordinar los esfuerzos públicos y privados tendientes a estimularlo y servir como órgano asesor en la materia.

Este Instituto servirá como instrumento de coordinación de las actividades del sector público y privado que participan en el comercio exterior y coordinará su actuación con las Secretarías y Departamentos de Estado, así como con los organismos y empresas de participación estatal.

A su efecto, su Consejo de Administración, presidido por el Secretario de Comercio y Fomento Industrial, está compuesto por los titulares de la Secretaría de Relaciones Exteriores, de Hacienda y Crédito Público, de Agricultura y Recursos Hidráulicos, de Comunicaciones y Transportes; por los Directores Generales de los Bancos, Nacional de Comercio Exterior y de México; y por los Presidentes de CONCAMIN, CONCANACO, CANACINTRA y ANIERM (antes mencionados en este capítulo).

Así este organismo colabora estrechamente con el Gobierno y las organizaciones empresariales en una amplia gama

de campos relacionados con el comercio exterior, por ejemplo los siguientes:

- Fomento de industrias de exportación
- Difusión en los mercados internacionales de productos mexicanos
- Respeto a normas de calidad en los productos mexicanos de exportación.
- Controles de importación y exportación
- Estímulos fiscales y financiamiento al comercio exterior.

El Instituto ofrece al exportador mexicano una variada gama de servicios que incluyen información sobre mercados fletes, seguros, asesoramiento sobre diseño industrial, empaques y embalajes. Además auxilia a los empresarios en sus trámites relativos a la exportación ante los organismos públicos.

Así también organizará ferias, exposiciones y misiones comerciales. Elabora estudios y conclusiones sobre cuestiones de políticas, planes y programas de comercio exterior que el Presidente de su Consejo de Administración, someterá a consideración del C. Presidente de la República. (lo cual abarca convenios comerciales y soluciones a las políticas adoptadas por otras naciones que afectan los intereses de México).

La Gerencia de Promoción Nacional tiene las siguientes atribuciones:

- Seguir el establecimiento de industrias y otras actividades que tengan como fin específico la producción de artículos destinados a la exportación.
- Colaborar con la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial en la fijación de las normas de calidad de los productos destinados a la exportación.
- Informar a las dependencias o entidades correspondientes respecto de la existencia de excedentes en el mercado interno y sus posibilidades de colocación en el mercado exterior y promover la fabricación de artículos artesanales para exportación.

Los servicios que proporciona el Instituto al Exportador son los siguientes:

" Informa a los productores, comerciantes y distribuidores, exportadores del país, de las posibilidades que ofrezca el mercado internacional y sobre licitaciones internacionales;

Proporciona la asesoría técnica que requieran;

Orienta y ayuda a los interesados en los trámites relacionados con el comercio exterior;

Proporciona información sobre seminarios, simposios y conferencias relacionadas con el tema;

Propicia el establecimiento de centros de capacitación;

Lleva registro, de los fletes marítimos nacionales".

### 3.1.8 Secretaría de Comercio y Fomento Industrial (SECOFI)

Esta dependencia tiene una estrecha relación con la--  
Secretaría de Hacienda y Crédito Público. Sus funciones son--  
complementarias y de amplia coordinación entre sí.

Entre las funciones de la Secretaría de Comercio y Fo--  
mento Industrial, destacan las siguientes:

- Estudiar proyectos y determinar conjuntamente con --  
con la SHCP los aranceles y fijar los precios ofi--  
ciales, así como las restricciones para los produc--  
tos de exportación.
- Establecer controles al comercio exterior del país--
- Determinar estímulos fiscales a la exportación.
- Formular y conducir la política comercial del país--
- Proponer planes y programas de negociaciones comer--  
ciales internacionales para fomentar el comercio ex--  
terior del país.
- Recopilación, procesamiento y distribución de infor--  
mación comercial internacional.
- Evaluación, proyección y resolución de las sollicitu--  
des de estímulos fiscales para el fomento de las ex--  
portaciones de productos y tecnología para promover  
la venta de productos nacionales.
- Requerimiento de información sobre el cumplimiento--  
a los programas de exportación.
- Proporcionar asesoría en materia de Comercio Exte--  
rior.

### 3.1.9 Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP)

Esta secretaría en coordinación con la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial, desempeña un importante papel apoyando o limitando al exportador mexicano, así como a la economía nacional; y cuenta además con tres Direcciones internas vinculadas al comercio exterior:

1) Dirección General de Aduanas.- "Cuyas funciones -- son:

- La determinación de los créditos fiscales,
- Establecimiento de sistemas y procedimientos,
- Fijación de precios oficiales,
- Participación en los estudios y proyectos para el establecimiento de aranceles,
- Aplicación del código aduanero en las tarifas de importación y exportación,
- Tramitación de solicitudes de patente del agente -- aduanal,
- Derechos y aprovechamientos en materia de importa--ción y exportación,
- Exigir y vigilar el cumplimiento de las disposicio--nes que rijan el comercio exterior y autorización -- de trámites y despacho de las operaciones aduaneras así como llevar a cabo el almacenamiento y control--de mercancías correspondientes.
- Medidas acerca de las operaciones temporales de im--portación y exportación". ( 3 )

2) Dirección General de Promoción fiscal.- Cuyas fun  
ciones son:

- La determinación de criterios y montos globales de los estímulos fiscales,
- El estudio y proyección de aranceles, precios oficiales y estímulos fiscales a las exportaciones.

3) Dirección General de Asuntos Hacendarios Internacionales.-

- Para cualquier asunto a nivel internacional.

Estas direcciones han sido creadas con el objeto de -  
llevar un adecuado control en las actividades aduaneras, ---  
arancelarias a nivel nacional, así como su promoción a nivel  
internacional.

### 3.2 A NIVEL INTERNACIONAL:

#### 3.2.1 Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI)

En un esfuerzo para impulsar el desarrollo de sus economías internas para resolver el problema planteado por reducidos mercados nacionales que hacen inco~~steable~~ la creación de ciertas industrias que solamente pueden funcionar con éxito cuando se planean para un mercado de mayores dimensiones-- para salir del estancamiento en que se encontraba su comercio exterior, sobre todo entre sí para diversificar la estructura de sus exportaciones y sus mercados, y , por innumera~~bles~~ razones que a todas luces aconsejaron tal medida, en 1960, se suscribió el Tratado de Montevideo que fue firmado originalmente por siete países constituyendo la Asociación-- de Libre Comercio, la cuál hoy en día está integrada por once países:

Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Ecuador-- México, Paraguay, Perú, Uruguay y Venezuela.

"El Tratado de Montevideo, que dió nacimiento a la Zo na Latinoamericana de Libre Comercio, prevee la fusión de -- los mercados nacionales mediante la eliminación gradual de -- aranceles y de otras trabas al comercio recíproco de las partes".( 4 )

Los productos de los once países que forman la ALADI-- pueden concurrir en condiciones de privilegio frente a los -- bienes de terceros países. El Tratado de Montevideo prevee--

que las concesiones vayan en aumento año con año, no solamente en lo que se refiere a las reducciones de gravámenes de cada producto, sino también al número de productos beneficiados.

México, al igual que los otros países miembros, disfruta de concesiones para algunos de sus productos, mismos que se negocian anualmente; para lograr este fin, los países miembros se intercambian a mediados de cada año sus listas preliminares de pedidos y de ofertas que, una vez depuradas se negocian a fines de cada año, durante la celebración de la Conferencia Anual Ordinaria.

Las concesiones consisten en la liberación paulatina de restricciones a las importaciones, tales como gravámenes fiscales, permisos, depósitos previos, etc., que otorga cada país de la zona para importación de productos originarios de otros países miembros de la ALADI.

A este respecto, la empresa industrial o agrícola que desee que el producto que pueda exportar a la Zona de ALALC, quede incluido dentro de la lista de Pedidos que anualmente presenta México a las demás partes de la Asociación deberá entregar la solicitud respectiva a la Comisión Técnica para la integración Latinoamericana en el Banco de México, acopiada de la información necesaria. Es conveniente, que la Empresa en cuestión señale a que país o países deberá solicitarse la concesión que busca.

### 3.2.2 Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio ( GATT ).

Al terminar la segunda Guerra Mundial se reconoció la necesidad de crear un Sistema Internacional de Comercio que evitara la vuelta a las prácticas del bilateralismo y la discriminación que prevalecieron antes del conflicto y que estableciera un sistema comercial abierto.

En febrero de 1946, se convocó una Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Empleo, con el objeto de formular los principios y las reglas de una organización internacional de comercio, así como de promover negociaciones multilaterales de reducción de derechos arancelarios.

De ese modo, en 1948 se redactó la Carta de la Habana en la cual se proponía una amplia gama de compromisos en las esferas del comercio, el empleo, el desarrollo y la reconstrucción, se preveía asimismo establecer una organización con poderes y facultades para tomar iniciativas y coordinar acciones internacionales en esas esferas.

Cuando Estados Unidos rechazó la Carta de la Habana, se decidió aplicar con carácter provisional el Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio (GATT), que se había redactado paralelamente a la Carta con el objeto de preservar la validez de las concesiones negociadas hasta entonces.

Su forma era la de un acuerdo comercial entre partes-contratantes en el que se especificaban las concesiones arancelarias, otorgadas por las partes, así como las cláusulas operativas consideradas esenciales para proteger el valor de tales concesiones.

Se pensaba que esas cláusulas serían sustituidas por el Capítulo sobre Política Comercial de la Carta de la Habana, cuando esta entrara en vigor. Al no ser así el Acuerdo General pasó a ser el único conjunto de compromisos multilaterales derivado de las iniciativas anteriores.

En general, cuando se habla del GATT se hace referencia a la institución que administra el Acuerdo General y no al texto mismo. Y el Acuerdo General Sobre Aranceles Aduaneros y Comercio es el texto que contiene las disposiciones generales en materia de comercio internacional, aceptadas por los países signatarios, y que actualmente son más de noventa países desarrollados, en desarrollo y socialistas, que en conjunto realizan más del 85% del comercio mundial. (ver anexo 3, Gráfico 2 ).

El Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio, firmado en Ginebra el 30 de octubre de 1947 y entrando en vigor el 1o de enero de 1948, es el único marco a través del cual una serie de países del mundo se comprometen a facilitar al máximo el comercio internacional mediante el respeto a cuatro principios básicos, que mencionaré a continua ---

ción:

- (I) El primero de ellos es que el comercio no ha de estar sujeto a ninguna discriminación. En particular, todas las partes contratantes se hallan obligadas -- por la cláusula de nación más favorecida en cuanto a la imposición de derechos y cargas de importación y a la administración de estos tributos.
- (II) Según el segundo principio, las industrias nacionales deben protegerse exclusivamente por medio de -- los aranceles aduaneros, sin recurrir a ninguna --- otra medida comercial. Así, pues, se prohíben expresamente los contingentes de importación como medida de protección. Sin embargo, pueden utilizarse para otros fines determinados --especialmente, para mejorar la situación de la balanza de pagos--, pero se -- definen muy escrupulosamente las circunstancias en que pueden ser usados.
- (III) El tercer principio, consubstancial con el Acuerdo General, son las consultas concebidas como medio de evitar que se perjudiquen los intereses comerciales de las partes contratantes.
- (IV) Por último, el Acuerdo General ofrece un marco dentro del cual pueden celebrarse negociaciones encami nadas a reducir los aranceles y otros obstáculos al comercio, así como una estructura para incorporar -- los resultados de esas negociaciones en un instru-- mento jurídico.

"México entra al GATT; el 24 de Julio de 1986 se formalizó la adhesión de México al GATT y un mes después se convirtió en la nonagésima segunda parte contratante. Las negociaciones correspondientes se iniciaron en Noviembre de 1985 tras una serie de consultas celebradas del 28 de Octubre al 12 de Noviembre para conocer la opinión de los diversos sectores de la población". ( 5 )

" Sobre la base de estas consultas, el Senado emitió su opinión favorable al ingreso al GATT y días después el Presidente encomendó al Secretario de Comercio y Fomento Industrial conducir las negociaciones, señalándole los criterios y los lineamientos a que habría de apegarse". ( 6 )

#### Condiciones Generales de la Adhesión.

En el protocolo de adhesión de México al GATT (anexo 3 Gráfico, 3 ) México se reconoce como país en vías de desarrollo. Se le consideran tres sectores estratégicos: el agrícola el energético y algunas ramas industriales; como automovilísticas, farmacéuticas y textil.

Las barreras arancelarias mexicanas se eliminan en un plazo de 8 años, con la posibilidad de aplicar un gravamen de emergencia sobre el arancel ya negociado.

El país puede restringir sus importaciones apelando a la cláusula de salvaguardia, en caso de existir serios problemas en la balanza de pagos. Los industriales locales quedan

protegidos contra prácticas desleales (Dumping).

Se suprimen subsidios de cualquier índole a la planta productiva nacional. (Sin embargo las partes contratantes, - reconocen que los incentivos concedidos en el marco de el -- PROFIEX son compatibles con las condiciones de los acuerdos General y subvenciones y medidas compensatorias).

### 3.2.3 Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y - Desarrollo (UNCTAD)

Se estableció como órgano de la Asamblea General de las Naciones Unidas en diciembre de 1964. La resolución correspondiente de la Asamblea se basó en las recomendaciones de la primera Conferencia sobre Comercio y Desarrollo, celebrada en Ginebra del 23 de marzo al 16 de junio de 1964.

La tarea principal de la UNCTAD es fomentar el comercio internacional con miras a acelerar el desarrollo económico; formular nuevos principios y políticas a tal efecto y -- servir de centro de armonización de las políticas y decisiones gubernamentales.

La UNCTAD tiene su Secretaría permanente en el Palacio de las Naciones en Ginebra, al igual que el GATT y, en colaboración ambos, mantienen el Centro de Comercio Internacional UNCTAD/GATT, que fue creado por el GATT en mayo de el año de 1964, funciona desde el 10 de enero de 1968 bajo la administración conjunta de la UNCTAD y el GATT, de conformidad con las decisiones adoptadas por la Asamblea General de las Naciones Unidas y las Partes Contratantes del GATT, con objeto de integrar los recursos y los esfuerzos del GATT y de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo en la prestación de asistencia técnica a los países en desarrollo para el fomento de su comercio de exportación.

El Centro forma, pues, parte del Programa de las Naciones Unidas para la promoción de las exportaciones.

El Centro tiene actualmente cuatro servicios principales:

- (I) Servicio de Estudio de Mercados, que abarca estudios por productos por países.
- (II) Servicio de Investigación de Técnicas de Fomento de la exportación
- (III) Servicio de Formación, que patrocina cursos de fomento de exportaciones
- (IV) Servicio Consultivo de Promoción Comercial, que presta asesoramiento a países en vías de desarrollo.

El Centro edita, bimestralmente la revista "Forum de Comercio Internacional", en donde se incluyen artículos sobre técnicas de exportación.

### 3.2.4 El Sistema Generalizado de Preferencia (S.G.P.)

Durante el segundo período de sesiones de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo, en el año de 1978, se aprobó una resolución, por medio de la --cuál los países industrializados se comprometieron a establecer ventajas o reducciones arancelarias generalizadas no recíprocas y no discriminatorias a productos manufacturados, --semimanufacturados y a un número determinado de productos --primarios, que fueron originario y provinieron de países en --vías de desarrollo.

Este sistema se conoce como el "SGP", o Sistema Generalizado de Preferencias. Es generalizado porque se destina a países en vías de desarrollo. Su carácter de preferente se debe a que rebaja o exenta de aranceles la importación de --productos que específicamente señala; como no se fijó en una negociación bilateral o multilateral es, por tanto, unilateral; no exige reciprocidad por dichas rebajas o exenciones; --temporal porque su vigencia se programó para un lapso de ---diez años, prorrogables.

Otras de las características de este sistema, es que para los productos primarios y para aquellos otros manufacturados que pudieran causar alguna perturbación a las indus---trias locales del país industrializado que lo haya estableci---do, las autoridades correspondientes se han fijado cupos o --contingentes máximos ya sea en valor, en volumen y/o en tem-

poralidad.

La idea o propósito de este sistema, es propiciar una mayor participación en los mercados de los países industrializados, de los productos que habiendo llenado requisitos de calidad, cantidad, presentación comercial, precio, etc., puedan participar en una mejor forma, dentro del flujo de las importaciones que de dichos productos, realizan los importadores de los países industrializados.

México, es uno de los 143 países y territorios considerados beneficiarios de los sistemas generalizados de preferencias, por lo que el industrial y comerciante interesado deberá tener en cuenta esta circunstancia, pues con toda seguridad habrá de enfrentar la competencia en alguno de los mercados de los países desarrollados que otorgan el mismo tratamiento preferencial, es decir, deberán analizar no solamente si su producto está considerado dentro del sistema generalizado de preferencias del país que sea de su interés, sino también las estadísticas de la importación que le indiquen cuál es el porcentaje de ese mercado que exportadores de otros países en desarrollo están cubriendo, y por tanto, serán sus principales competidores a enfrentar.

## B I B L I O G R A F I A

### ( CAPITULO III )

1. Acosta Romero, Miguel. "Derecho Bancario". México, D.F. Editorial Porrúa, S.A., 1978. p.424.
2. Asociación de Banqueros de México. "ABC de las Exportaciones". México, D.F. Noviembre 1971. p.145.
3. Moreno Padilla, Javier. "Prontuario de Leyes Fiscales". Cap. VI, Art. 70 del Reglamento Interior de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público. México D.F. Editorial Trillas, 1987. pp. 150-152
4. Asociación de Banqueros de México. "ABC de las Exportaciones". México, D.F. Noviembre 1971. p. 151.
5. Comercio Exterior. "Protocolo de Adhesión de México al Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio". México, D.F. Octubre de 1986. p. 876.
6. Idem.

## C A P I T U L O I V

### GENERALIDADES SOBRE CREDITO DOCUMENTARIO FINANCIAMIENTO Y APOYOS A LA EXPORTACION

- 4.1 Documentación más usual en las Compraventas Internacionales.
- 4.2 Garantías y Beneficios de las Cartas de Crédito
  - 4.2.1 Cartas de Crédito Irrevocables Confirmadas
  - 4.2.2 Cartas de Crédito Irrevocables No Confirmadas
  - 4.2.3 Cartas de Crédito Revocable
  - 4.2.4 Cartas de Crédito Irrevocables Transferibles
  - 4.2.5 Cartas de Crédito Irrevocables Revolventes Condi  
cionadas
  - 4.2.6 Cartas de Crédito "Espalda con Espalda"
  - 4.2.7 Cláusulas Especiales de las Cartas de Crédito
- 4.3 Aspectos del Financiamiento Promocional de Bancomext —  
(Fomex)

4.1 Documentación más usual en las Compraventas Internacionales.

La primera cuestión que invariablemente se le plantea a un exportador, antes de firmar un acuerdo con un comprador extranjero, es la del crédito; ha de decidir por que suma, - por cuánto tiempo y de que manera protegerá sus intereses relativos a sus ventas al exterior. Y para que se pueda tomar una decisión acertada al respecto es necesario que cada exportador esté al corriente de los diferentes métodos de financiación comercial y que comprenda y conozca la relación - que existe entre los elementos de crédito y la financiación.

Desde el punto de vista del banquero, estos términos pueden definirse en relación con el comercio de exportación de la siguiente manera:

"Crédito, es el consentimiento de un vendedor de mercancías en aceptar el pago por el comprador al cabo - de un plazo estipulado, después del embarque o de la entrega efectiva de las mercancías". ( 1 )

"Financiación, es la prestación de ayuda financiera, - ya sea al vendedor o al comprador, por una fuente externa, tal como un banco, por período durante el cual las mercancías están en tránsito y por cualquier período adicional en que se convenga para hacer frente a circunstancias especiales." ( 2 )

En general, el método a elegir para cualquier transacción, es el que proporcione al exportador el mayor grado de seguridad compatible con la confianza que a juicio del interesado le merezca el comprador, y hasta cierto punto, el --- país importador.

"Básicamente se conocen cinco métodos que se emplean - hoy en día":

"a) Pago al Contado, puede llevarse a cabo al confir--- marse el pedido, o cuando las mercancías estén listas para su embarque; en realidad las operaciones de esta clase hoy en día son poco frecuentes".

"b) Cuenta corriente, esta se limita, en general a los casos en que existe una relación entre el vendedor y el comprador, cuando el exportador y el importador ex tranjero han hecho juntos, por mucho tiempo, negocios favorables para ambos y no rigen restricciones de cam bio que puedan complicar las operaciones. Las ventas en cuenta corriente se liquidan, a base de estados de cuenta periódicos, por carta o cablegrama y por inter medio de un banco. Claro que en este caso el exporta--- dor debe contar con suficiente capacidad financiera o con crédito suficiente para financiar la operación en el extranjero con sus propios recursos. Por lo demás el procedimiento presenta pocos problemas".

"c) Embarque en consignación, este tiene mucho en común con la expedición a cuenta corriente. Consiste en que el exportador conserva la propiedad de la mercancía y conviene en que el pago no se exigirá hasta que ésta haya sido vendida en el país de importación.

El método tiene la ventaja de que el producto se coloca efectivamente en el mercado extranjero sin que el exportador pierda su derecho de propiedad, pero también supone un riesgo considerable; mientras no se venden las mercancías, el consignatario puede devolverlas en cualquier momento, sin ninguna responsabilidad. Puede ocurrir que las mercancías del exportador se acumulen en el extranjero en cantidades excesivas, fuera de su control y sujetas a riesgos políticos, fluctuaciones de cambio y perturbaciones climáticas.

En este procedimiento de financiación tampoco interviene la letra de cambio, por tanto los embarques en consignación solamente se deberían llevar a cabo cuando el exportador ha previsto en forma debida los riesgos del crédito y de otra clase que la operación supone y debería limitarse a los países de situación estable y a los casos en que el consignatario ha dado muestras de que es un agente seguro y digno de confianza. La financiación corre enteramente a cargo del exportador".

"d) Letras Documentarias, (giro), este tipo de transac-

ción consiste en que el exportador, después de haber considerado los riesgos relativos al crédito, consiente en embarcar las mercancías antes del pago, pero no permite que el comprador tome posesión de ellas antes de que se haya asegurado el pago o de que se haya establecido debidamente la obligación de pago contraída por el comprador.

La financiación de las transacciones mediante letras documentarias puede hacerse de diferentes maneras.".-  
( 3 ).

e) Cartas de Crédito Documentario, la última posibilidad que queda para el financiamiento es la de las cartas de crédito comerciales documentarias.

Ahora bien independientemente de que no todas las cartas de crédito ofrecen igual grado de protección al exportador, no conviene descansar totalmente en el hecho de contar con un documento de esta naturaleza, descuidando la investigación de los antecedentes del comprador, particularmente en lo que se refiere a su moralidad. No obstante puede uno tratar con compradores poco escrupulosos que en el momento en que surgen discrepancias en los términos de la carta, puede aceptar la mercancía que ya le fue embarcada solo que se haga algún ajuste al precio o se le conceda otra ventaja. Así pues además de asegurarse uno de los antecedentes de la firma debe conocer las garantías y beneficios (limitados) que otorgan las cartas de crédito.

#### 4.2 Garantías y Beneficios de las Cartas de Crédito

El origen de estos instrumentos se remonta a los comienzos de las casas bancarias de la Edad Media, pero la generalización de su empleo en relación con el movimiento internacional de mercancías, solamente ha comenzado hace un siglo. La carta de crédito es un medio de financiamiento más costoso que los anteriormente mencionados, pero proporciona al exportador una seguridad adicional.

Una carta de crédito es el compromiso que adquiere una institución bancaria (banco emisor) por cuenta de una firma (solicitante, importador o comprador) ante otra firma (beneficiario, exportador o vendedor) por conducto de otra institución bancaria (banco notificador) no pagar determinada suma o aceptar letras a favor del exportador, contra presentación de determinados documentos y el cumplimiento de las condiciones estipuladas en la carta de crédito.

Antes de explicar las principales características de algunas cartas de crédito documentarias y para aclarar una idea que suele interpretarse erróneamente, diremos que si bien las cartas de crédito documentarias representan una real y efectiva garantía para el vendedor, esto sólo es cierto cuando el beneficiario cumple estricta y literalmente con las condiciones de la carta de crédito documentaria, de que se trate.

#### 4.2.1 Cartas de Crédito Irrevocables Confirmadas

Las cartas de crédito irrevocables confirmadas son -- las que reúnen la máxima garantía para el beneficiario. Estos documentos constituyen el compromiso irrevocable de pago, no solamente del banco extranjero que las emite o esta--blece, (en lo sucesivo designado como "banco emisor" o "co--rresponsal") sino también del banco local (en este caso un -- banco mexicano), que las confirma y por este hecho se hace -- solidariamente responsable de dicha obligación y se compromete a efectuar el pago en sus oficinas.

También es posible que la carta de crédito sea confirmada por otro banco extranjero, generalmente en los Estados Unidos o Francia. Se supone que en ese caso el banco confirmador será de reconocida solvencia y que su confirmación re--fuerza la responsabilidad del banco emisor.

En resumen, con una carta de crédito irrevocable y -- confirmada por una institución mexicana, el beneficiario tendrá la seguridad de recibir de esta última el valor de la -- mercancía exportada, siempre y cuando a su vez, haya cumpli--do con los requisitos que le impone el comprador extranjero--a través de la propia carta de crédito. (anexo 4, Gráfico 1 )

Toda institución de crédito cuando confirma una carta de crédito, asume un riesgo y una obligación por cuenta de -- su corresponsal, por lo que cobra una pequeña comisión.

#### 4.2.2 Cartas de Crédito Irrevocables No Confirmadas

Desde el punto de vista de la protección que tiene el exportador, en segundo término se encuentra la carta de crédito irrevocables no confirmada. Este documento constituye el compromiso irrevocable que asume un banco extranjero (emisor) de pagar el importe especificado en la carta de crédito al recibir en sus oficinas los documentos respectivos, ello siempre y cuando estén extendidos de acuerdo con las condiciones de la misma. (anexo 4, Gráfico 2 ).

Usualmente esto implica que dicho banco se reserva el derecho de hacer el pago final y dar por liquidada la operación, solamente hasta después de recibir los documentos correspondientes, comprobando a su satisfacción que éstos están en orden y que los requisitos estipulados también se han cumplido.

Si bien esta clase de cartas de crédito no llevan la garantía o responsabilidad adicional de algún otro banco, si se acostumbra que la institución emisora solicite a un banco local que la "notifique", o sea que la transmita al beneficiario. Con esto se evitan dudas por parte del exportador respecto a la autenticidad de un documento proveniente de un banco extranjero que pudiera ser desconocido para él. Y aunque el pago de la carta de crédito se domicilie en las oficinas del banco notificador, no implica "confirmación" o compromiso de este último.

Como se observará, en el caso de cartas de crédito -- irrevocables no confirmadas, se usa el término "negociar" y no "pagar", puesto que lo que haría el banco notificador sería precisamente "negociar" o "descontar" la letra y documentos extendidos al amparo de la carta de crédito, entregando su importe al beneficiario.

Por otra parte las cartas de crédito "domiciliadas" -- si tienen la característica de que cuando el banco negociador verifica a su satisfacción que los requisitos se han --- cumplido y los documentos están en orden, releva al beneficiario de responsabilidad posterior, entregándole su importe no en calidad de negociación, sino de pago final.

Lo que indica que la carta de crédito está domiciliada en las oficinas del banco local de México, es la estipulación de que las letras que el beneficiario debe de extendersean a cargo de este último, o una estipulación en este sentido en el texto del propio crédito.

Normalmente la comisión que importa la negociación es por cuenta del exportador, salvo cuando se trate de créditos domiciliados en cuyo caso son por cuenta del comprador, --- excepto cuando el crédito especifique lo contrario.

#### 4.2.3 Cartas de Crédito Revocable

Continuando con el punto de vista de protección al exportador, en tercer y último lugar colocamos a la carta de crédito revocable. Como su nombre lo da a entender, este tipo de cartas de crédito ofrece una protección o garantía de pago muy relativa, ya que puede revocarse (cancelarse) o modificarse en cualquier momento, sin previo aviso al beneficiario, bastando para ello con que el solicitante pida su revocación o modificación al banco emisor. Sin embargo, cuando el banco notificador autorizado para negociar haya recibido alguna documentación antes de recibir la orden de revocación ésta no surtirá efectos por lo que a dicha documentación se refiere. (ver Anexo 4, Gráfico 3).

Hasta aquí se han descrito a grandes rasgos los tres tipos de cartas de crédito documentarias que con mayor frecuencia se usan para liquidar embarques de mercancías al exterior, o inclusive dentro de un mismo país.

Así también dentro de los dos primeros grupos (irrevocables o irrevocables y confirmadas), suelen existir variantes:

- Cartas de Crédito Irrevocables Transferibles
- Cartas de Crédito Irrevocables Revolventes Condicionadas
- Cartas de Crédito Espalda con Espalda (back to back)

#### 4.2.4 Cartas de Crédito Irrevocables Transferibles

Como la palabra "transferible", lo indica, estas cartas de crédito pueden cederse o transferirse totalmente a -- una sola firma, o bien parcialmente a varias firmas, en caso de que se permitan embarques parciales.

Estas transferencias deberán hacerse exactamente en -- los mismos términos y condiciones señalados en la carta de -- crédito original, pudiendo cambiarse únicamente el valor del crédito, el precio unitario de la mercancía y el período de -- validez o de embarque, pero sin exceder ni del valor, ni la -- vigencia original de la carta de crédito.

Para efectuar la transferencia, ya sea total o par--- cial de una carta de crédito, se necesita que esta mencione -- claramente la condición de ser "transferible". En ese caso, -- el beneficio deberá hacerlo mediante comunicación por escri -- to e invariablemente a través del banco que le haya notifica -- do o establecido. (Anexo 4, Gráfico 4).

A continuación veremos la forma de llevar a cabo la -- transferencia de una carta de crédito:

- a) Cuando se transfiere la totalidad de una carta de -- crédito a una sola persona. En este caso, el pri -- mer beneficiario únicamente endosa y entrega el o -- riginal de la carta de crédito al nuevo beneficia --

rio. Al hacer este endoso, deberá obtener de su banco el conocimiento de su firma que compruebe la autenticidad del endoso, y simultaneamente comunicará por escrito esta transferencia al banco notificador, con objeto de que éste tenga conocimiento de ello.

- b) Cuando la transferencia se hace a dos o más personas, el primer beneficiario deberá devolver el original de la carta de crédito al banco que se la notificó, junto con una carta de instrucciones, en la cual se informen los nombres de las personas a quienes se transferirá, el valor transferido a cada persona, el porcentaje de la mercancía y el precio unitario de la misma, en el caso de que desee hacer algún cambio. Si por otra parte, lo único que cambia es el valor del crédito y el porcentaje correspondiente de mercancía, en su carta indicará al banco que los demás términos y condiciones del crédito comercial no variarán.

Como en el caso anterior esta carta deberá contener conocimiento de firma, a satisfacción del banco notificador.

El banco notificador, al recibir la carta de instrucciones y el original de la Carta de Crédito, procederá a elaborar las nuevas Cartas de Crédito a favor de los beneficiarios que se le indiquen (las cuales ya no tendrán la característica de transferibles), procediendo a notificarle al ban-

co emisor las transferencias efectuadas mediante envío de co  
pias de los créditos comerciales transferidos. Con este paso  
se logra que el citado corresponsal tome nota de las firmas-  
que iran negociando la Carta de Crédito que originalmente tu  
vo la característica de ser transferible. Estas transferen-  
cias causan una comisión de apertura, igual que cuando se es  
tablece una Cárta de Crédito Documentario.

#### 4.2.5 Cartas de Crédito Irrevocables Revolventes Condicionadas.

Las Cartas de Crédito que contengan la cláusula "Revolventes", permiten que durante su vigencia el beneficiario disponga de su valor total en varias ocasiones, ya sea diaria, semanal, mensualmente, etc., sin que se cancelen al agotarse su importe la primera vez, como sucede en las Cartas de Crédito normales.

Estas Cartas de Crédito Revolventes pueden tener la modalidad de ser "acumulables" si es que el solicitante tiene la intención de que se pague el total de las disposiciones periódicas autorizadas, aun cuando éstas no se ejerzan en su oportunidad; o bien "no acumulables", cuando desee que solo se pague determinada suma periódicamente sin que se puedan acumular las disposiciones no utilizadas. (anexo 4, Gráfico 5 ).

Por ejemplo en una Carta de Crédito Revolvente se puede ir acumulando el importe hasta el último mes si así lo desea el beneficiario, en cambio en una Carta de Crédito Revolvente no acumulable como explicamos anteriormente, en ningún mes podría utilizar más del monto designado mensualmente, puesto que las sumas del mes anterior no utilizadas automáticamente quedarían canceladas.

#### 4.2.6 Cartas de Crédito "Espalda con Espalda"

Este escrito como su nombre lo indica, se trata del establecimiento de una Carta de Crédito que una persona o firma solicita, ofreciendo como garantía o respaldo, otra Carta de Crédito abierta y a su favor.

Usualmente se ofrece al banco que ambas Cartas de Crédito sean lo más similares posible en cuanto a descripción de la mercancía se refiere, ya que en los demás aspectos, tales como importe, vencimiento, expedición de factura, etc, si habrá diferencia debido a que el beneficiario de la primera carta y a la vez solicitante de la segunda normalmente obtiene un diferencial como utilidad y necesita un margen de tiempo para que después de que se haya ejercido la segunda Carta de Crédito prepare los documentos adicionales necesarios y pueda cobrar lo que originalmente se estableció a su favor. En estos casos los únicos documentos que generalmente no cambian son los conocimientos de embarque.

A diferencia de las Cartas de Crédito Transferibles las Cartas de Crédito "Espalda con Espalda" ("Back to Back") no representan ninguna garantía para el banco a quien se le solicita el establecimiento de la segunda operación, ya que puede suceder que por causas ajenas a su control (retrasos en embarques, errores en los documentos, etc) el beneficiario no pueda obtener la negociación de la Carta de Crédito a su favor y por tanto no tenga los medios para liquidar la que el solicitó.

#### 4.2.7 Cláusulas Especiales de las Cartas de Crédito

Existen algunas cláusulas de carácter especial en --- cuanto a Cartas de Crédito se refiere:

##### 1. La "Cláusula Roja";

- El vendedor extranjero puede solicitar la inclusión - de la cláusula roja.
- Dicha cláusula autoriza al banco corresponsal a conce der anticipos al beneficiario, hasta por el total del crédito, contra recibo.
- Los anticipos se destinarán exclusivamente a la adqui sición de los materiales o mercancías específicamente estipulados en la carta de crédito.
- Los recibos establecerán que el exportador habrá de - entregar los documentos correspondientes con el embar que de los bienes respectivos, antes de la expiración de la fecha de la carta de crédito.
- La "Cláusula Roja" aumenta la capacidad financiera de el exportador en relación a la adquisición de materia les necesarios para la producción.

#### 4.3 Aspectos del Financiamiento Promocional de Bancomext (Fomex)

Tomando en consideración la crítica situación financiera que actualmente tienen la mayoría de las empresas mexicanas exportadoras, BANCOMEXT a través de su fideicomiso el Fondo para el Fomento de las Exportaciones FOMEX, ofrece el financiamiento de crédito al comprador por medio del otorgamiento de líneas de crédito a instituciones bancarias del exterior para cubrir a plazo la adquisición de bienes y servicios mexicanos.

1. Operación, los financiamientos se instrumentan mediante la apertura por parte del Banco Extranjero de Cartas de Crédito con pago a la vista Confirmadas por BANCOMEXT a favor del exportador.

Las Cartas de Crédito harán referencia a las condiciones acordadas entre el exportador y el importador, de acuerdo a los convenios firmados por cada Banco con BANCOMEXT, estipulando el porcentaje a financiar e instrucciones de reembolso para pagos en efectivo, de capital e intereses.

2. Monto Financiable, para bienes con Contenido Nacional superior al 50% se financiará el 100% del valor de las facturas, en operaciones con plazo de hasta un año. Para bienes con Contenido Nacional entre 30% y 50%, será determinado caso por caso.

Para operaciones con plazo superior a un año se finan  
ciará el 85% del valor de las facturas.

3. Disponibilidad, estos financiamientos están a dis-  
posición de los importadores de productos y servicios  
mexicanos, mediante una solicitud de crédito presenta  
da a un Banco de primer orden en su país.

A continuación veremos a grandes rasgos el esquema in-  
tegral de Financiamiento Promocional de FOMEX;

- " Este esquema integra los programas financieros pa-  
ra el apoyo de acciones promocionales de exportación estable-  
cidos en el Banco Nacional de Comercio Exterior (Bancomext)-  
Involucra al esquema de Apoyos Financiero Promocionales, los  
programas promocionales del Fondo para el Fomento de las Ex-  
portaciones de Productos Manufacturados (Fomex) y al Progra-  
ma de Eventos Internacionales de Bancomext." ( 4 ).

El hecho de que estos programas se unan bajo una sola  
mecánica operativa amplía la cobertura de las acciones que -  
sean susceptibles de apoyo, ofrece plazos más largos y mejo-  
res condiciones de financiamiento.

Asimismo, permite canalizar Financiamientos Promocio-  
nales a través de la banca comercial.

El esquema consta de tres partes; Apoyos y acciones - promocionales, (ver Anexo 4, Gráfico 6); Acciones Estratégicas (ver Anexo 4, Gráfico 7); y Acciones de Difusión y Defensa (ver Anexo 4, Gráfico 8).

Los objetivos generales de Pomex son principalmente - los siguientes:

1. Impactar la Balanza de pagos del país generando un ingreso neto de divisas y evitando su salida del país.

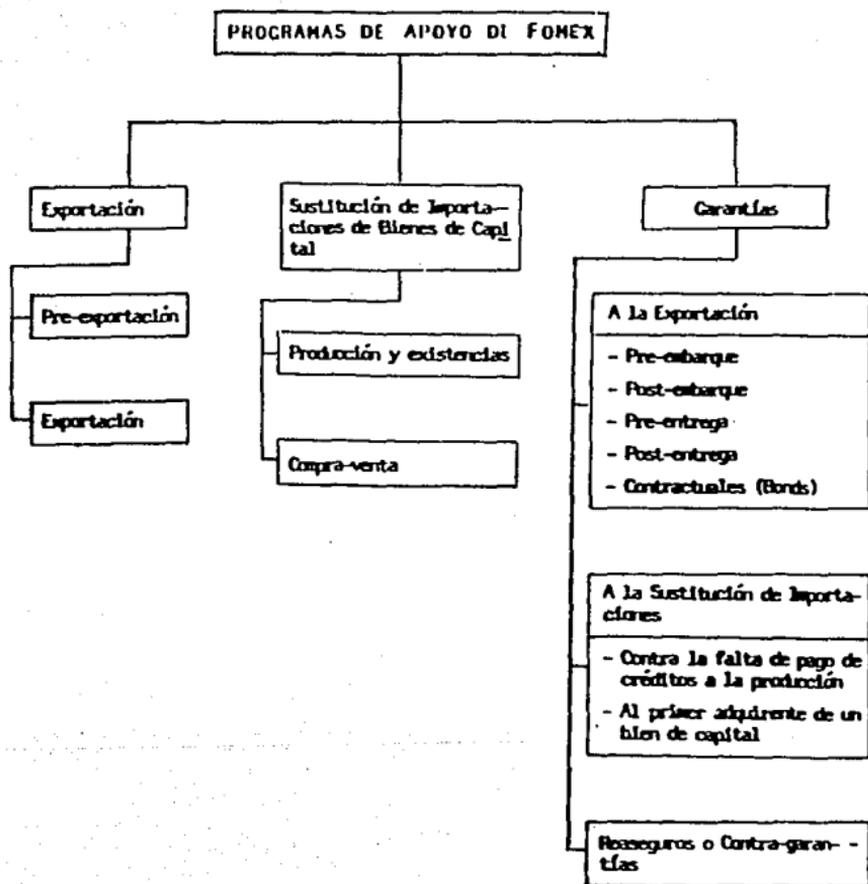
2. Propiciar el aumento del empleo y el incremento -- del ingreso mediante el fortalecimiento de las empresas mexicanas que se dedican a actividades de comercio exterior.

3. Otorgar apoyos a empresas mexicanas que les permitan obtener niveles de competitividad en los mercados - internacionales.

4. Alentar la producción y exportación de bienes con mayor valor agregado.

5. Fomentar la producción y venta de bienes de capital que sustituyan importaciones.

La organización de las funciones de Pomex se encuentra de acuerdo a la siguiente estructura: Dirección General-Subdirección, Gerencia técnica, Gerencia de operación y sus respectivas funciones. (Ver Anexo 4, Gráfico 9).





B I B L I O G R A F I A  
( CAPITULO IV )

1. William, Burt. "Financiación y Crédito de Exportación"  
Ginebra, CCI ( UNCTAD-GATT), 1975, p. 130.
2. Idem
3. Centro de Estudios en Comercio Internacional, "Crédito  
y Cobranza Internacionales", México, D.F.,BANCOMEXT  
1989, pp.5-14.
4. Banco Nacional de Comercio Exterior, "Esquema Integral  
de Financiamiento Promocional de Fomex", México,D.F.  
1989. p.2

## C A P I T U L O    V

### CASO PRACTICO: EXPORTACION DE CASAS DE MUNECA A NUEVA YORK

- 5.1    OBJETIVO GENERAL
- 5.2    OBJETIVO INDIVIDUAL
- 5.3    HIPOTESIS
- 5.4    JUSTIFICACION
- 5.5    MARCO PRE-OPERACIONAL
  - 5.5.1    Antecedentes de la Promoción Exportadora
  - 5.5.2    Cotización
  - 5.5.3    Negociaciones
  - 5.5.4    Pedido
- 5.6    MARCO OPERACIONAL (I): Formalidades Documentarias y Administrativas
  - 5.6.1    Contrato de Compraventa
  - 5.6.2    Carta de Crédito
  - 5.6.3    Solicitud Crédito Avío
  - 5.6.4    Orden de Producción
  - 5.6.5    Certificado de Origen
  - 5.6.6    Compromiso Venta de Divisas (C.V.D)
  - 5.6.7    Factura Comercial
- 5.7    MARCO OPERACIONAL (II)
  - 5.7.1    Envase y Embalaje
  - 5.7.2    Contratación de Transporte
  - 5.7.3    Responsabilidades Bancos: Emisor y Avisador
  - 5.7.4    Formalidades Aduaneras.

## 5.1 OBJETIVO GENERAL

Principalmente se pretende mostrar el proceso para -- llevar a cabo la exportación de un producto (casa de muñecas en madera) a la ciudad de Nueva York.

## 5.2 OBJETIVO INDIVIDUAL

1. Generar nuevas fuentes de trabajo, ya que con los altos volúmenes manejados en el mercado internacional, se hace posible el aprovechar la capacidad ociosa existente.
2. Mostrar que el problema que aparece como un común denominador en algunas empresas; el financiamiento es un obstáculo posible de librar gracias a la ayuda que dan las Instituciones de Crédito, orientadas específicamente a fomentar las exportaciones.
3. Mostrar los pasos previos a la exportación y durante la misma.
4. Conocer los conceptos como los términos utilizados Internacionalmente tanto en la Economía, como en las Negociaciones y transportación.

### 5.3 HIPOTESIS

En la presente investigación se pretende demostrar a todos aquellos interesados en el tema de la exportación:

"Si es posible ser parte integrante y activa de la captación de divisas y recuperación de nuestro país, llevando a cabo el proceso de la exportación aún cuando su producción sea de bienes o servicios con poco o nada de historial en las estadísticas de exportaciones, y no tengan nada que ver con productos básicos, petróleo y otros".

Y mostrar como con un poco de paciencia, mucho empeño y la suficiente inquietud de asesoría e información, se puede lograr penetrar en mercados internacionales para permanecer en ellos, gracias a la gran labor de asesoría de diverentes dependencias y organismos en nuestro país, aunado a reducciones arancelarias y otros beneficios otorgados hagta el momento, demostrando el interés por impulsar las exportaciones que tiene nuestro país.

#### 5.4 JUSTIFICACION

En base al contraído Mercado Nacional y a la actual--pérdida del poder adquisitivo, se pensó que ante esta acometida quedaban solo dos caminos:

- 1) Dejar de existir como empresa, o
- 2) Adaptarse al medio ambiente económico cambiante y--buscar nuevos mercados en el ámbito internacional.

Es por ello que surgió la inquietud de llegar a Mercados Internacionales, y según este punto de vista, podría justificarse la actividad exportadora de acuerdo a los siguientes puntos:

- La existencia de un mercado potencial internacional de acuerdo a una real y creciente demanda del pro--ducto.
- El aprovechamiento de la capacidad instalada.
- La competitividad a nivel internacional en cuanto a costo, tanto de materias primas como en la mano de obra.
- La disponibilidad de financiamientos a tasas preferenciales a través de BANCOMEXT.
- El interes manifestado por escrito de algunos clientes potenciales. (Anexo 5, Gráfico)

## 5.5. Marco PreOperacional

La Empresa denominada "Corporación Galindo S.A. de --- C.V.", nació en el año de 1984, como la encargada de Comercializar y representar en dicha tarea a otras cinco empresas ya constituidas tiempo atrás: Troquelados y Maquinados S.A., Empaques y Fundas S.A., Fabricación Garantizada de México, S.A. de C.V., Troqueles y Moldes S.A. de C.V., y SadGal S.A. de C.V.

Este mismo año la tercer empresa nombrada desarrolló un producto dirigido al público infantil; una casita de muñecas fabricada en Madera con procesos de serigrafía para armar y-desarmar (Su diseño podemos verlo en el Anexo 5, Gráfico 6) - La investigación del mercado nacional correspondió a Corporación Galindo S.A. de C.V. (COGASA, como la nombraré a partir de este momento y dentro de este capítulo) Primero cubriendo el Distrito Federal y Area Metropolitana, y más tarde en el interior de la República.

Al ver los resultados de la investigación se llevó a cabo el estudio de localización tanto de los proveedores como de los clientes potenciales. Y de acuerdo a la demanda -- que se dió poco despues del desplazamiento del producto, comenzaron a implementarse sistemas de producción más prácticos, con la intencio de reducir tiempos de imprezi3n y secado de las piezas, dando por resultado capacidad ociosa, la cual se pensó aprovechar ante la posibilidad de exportar tanto a SudAmérica como a la Unión Americana (U.S.A.).

### 3.5.1 Antecedentes de la Promoción Exportadora

La Empresa comenzó su actividad exportadora con la -- preparación de correspondencia y desarrollo de folletos ilustrativos del producto en cinco idiomas (inglés, español, --- francés, italiano y portugués), para que a través de BANCO-- MEXT, llegara a otros países del mundo. (ver Anexo 5, Gráficos 7 y 8).

Así que con la ayuda de las Consejerías Comerciales de México en el extranjero se logró la distribución de material publicitario y el envío de muestras a clientes potenciales.

Más tarde se logró la asistencia a Ferias y exposiciones; en México la participación en: "La Primera Muestra y Seminario Internacional de Bienes y Servicios a la Exportación" bajo el título de InterExport 1989, que se llevó a cabo del 6 al 11 de Septiembre de 1988, en el Auditorio Nacional, --- compartiendo el lugar de exhibición con Gelcaps, Rivetex, Botas Zapata, Alucaps y otros; organizado este grupo de expositores (exportadores) y bajo la supervisión de Cuernavaca Trading Co. (Anexo 5, Gráfico 9)

Entre dichos clientes potenciales se encontraban va-- rias compañías de cierto prestigio como lo es ADICON Consultants: Industry & Commerce, cliente del que nos ocuparemos como ejemplo para este trabajo.

Claro que no se trató de forzar la exportación para -- eliminar excedentes, sino más bien sentar una base de conti-- nuidad.

En este caso hablo de un producto claramente definido, y que al analizarlo como exportable se vió que no había necesidad de adaptar el producto, pues sus características le facilitarón la aceptación en otros mercados, además de una de-- manda existente de juguetes en madera.

El siguiente paso fue centrar la atención en la selec-- ción de un mercado, basandonos en que el interes en el produc-- to fue manifestado por compradores ubicados en su mayoría en-- la ciudad de Nueva York.

El estado y la ciudad de Nueva York, cuentan con una - fuerte capacidad de compra, debido entre otras causas al pode rí económico de la región, por el alto ingreso de sus habi-- tantes. También es esta ciudad donde se ubican las sedes de-- muchas de las empresas más importantes de Estados Unidos de - América, así como las representaciones de un gran número de - empresas e instituciones internacionales. Cuenta por tanto - como pocos lugares en los Estados Unidos, con una muy amplia- estructura de comercialización.

La ciudad de Nueva York es el núcleo donde se genera - la mayoría de las actividades comerciales financieras, socia- les y artísticas de la Unión Americana.

### 5.5.2 Cotización

Una vez hecho el contacto con el cliente se establece una correspondencia directa entre el cliente (ADICON) de la Ciudad de Nueva York, E.U.A, y el vendedor (COGASA) de la Ciudad de México.

El cliente solicita al vendedor, la cotización del producto a través de algun medio:

- Telex
- Telefax
- Telegrama
- Carta
- Representante Directo ( si hubiese alguno en nuestro país)
- Teléfono y otros.

Al recibir dicha solicitud por parte del cliente , se procederá a elaborar la cotización, determinando:

- El costo del producto
- El precio de venta
- Los Volúmenes, mínimo y máximo ( en unidades)
- El plazo y lugar de entrega
- Y las condiciones de pago ( así como los términos que intervinieron en la cotización; C.&F, F.O.B etc

Así el departamento de ventas, enviará la cotización-  
vía telefax con los siguientes datos:

**Datos del Remitente;**

Nombre, departamento, división y fecha de quien lo en-  
vía.

**Datos del destinatario**

Nombre, compañía, dirección y no. de telefax del intere-  
sado.

El mensaje incluye:

**Cotización.**

**Producto:** Casa de Muñecas en Madera.  
**Cantidad:** 10 000 pzas.  
**Precio:** US. Dólares  
**Entrega:** 15 días después de recibir la carta de --  
crédito en nuestras manos dependiendo de-  
la disponibilidad de autotransportes.  
**Pago:** Carta de crédito a la vista confirmada e-  
irrevocable.  
**Destino:** Nueva York.  
**Empaque:** En contenedor de México a Laredo.  
**Transporte:** De México D.F. a Nuevo Laredo y de Nuevo-  
Laredo a la ciudad de Nueva York.

### 5.5.3 Negociaciones.

Cuando se ha enviado la cotización comienzan las negociaciones, es decir, que ambos vendedor y comprador se ponen de acuerdo sobre puntos tales como: Alguna reducción o ajuste en el precio y/o volúmenes a comprar; fecha y lugar en el que se entrevistarán persona a persona los encargados de ultimar lo antes mencionado.

Así también se tratarán los términos (o Incoterms), - que se hayan incluido en la cotización para que no quede duda sobre su aplicación y significado para ambos, así también se tratará el tipo de crédito que se pretende emplear y si - ambos contratantes están de acuerdo en solicitar ese tipo de crédito.

Cuando se ha llegado a un acuerdo entre ambos, con referencia a los puntos antes mencionados el cliente elabora - una orden de compra, la cual a su vez genera un Pedido.

### 5.5.4 Pedido

Al recibir la confirmación del Pedido en firme se procede a verificar las existencias de material para la fabricación del producto, y las necesidades que deriven de dicha revisión serán comunicadas al encargado de adquisiciones de materias primas (compras), ya que es de vital importancia ante un compromiso de tal magnitud contar con los elementos necesarios y suficientes.

Así el pedido que el cliente envía contempla los siguientes puntos:

Orden #	
Fecha:	
Nombre del cliente:	(Adicon:Consultants Industry & Commerce Import- Export
Dirección (destino)	P.O Box 3183 New Y. N.Y. 10185
Teléfono	(212) 362-6058 Telex 4973873 ADIC
Descripción	Casita de muñecas en madera.
Cantidad	10 000 Piezas
Incoterm	Ex Work P.O.B México-Laredo C.&F. N.y.
Seguro	Cubierto por el cliente.

### 5.6.1 Contrato de Compraventa

Cuando el comprador (importador en Nueva York), y el vendedor (exportador en México), firman el contrato de compra venta, deben ponerse de acuerdo sobre las garantías mutuas -- que se exigirán. Es decir que por ejemplo uno como vendedor -- puede pedir al cliente ser informado sobre la obtención de la o las licencias de importación que sean necesarias según las leyes de su país, (E.U.A.).

Así el cliente (ADICON) se encarga de pedir la apertura de crédito documentario en favor del vendedor de la mercancía por el total del importe estipulado en el contrato, conforme a los términos del mismo, a su banco (banco emisor).

El banco emisor ordena al banco local correspondiente (banco avisador) que de aviso al exportador de la apertura de un crédito a su nombre, y del que podrá disponer cuando pueda demostrar con los documentos respectivos que acrediten el haber efectuado el envío de las mercancías al comprador.

Es indispensable que el contrato contenga:

- Nombre domicilio país; (vendedor)
- Producto
- Precio
- Forma de pago
- Términos de entrega de la mercancía

- marca del producto
- Fecha de la firma del contrato
- Nombre, domicilio país de destino (comprador)
- Alguna cláusula de protección
- Firma de ambas partes

### 5.6.2 Carta de Crédito

Recibida la notificación, el banco avisador transmite al exportador una carta de crédito en la que le anuncia que puede disponer ya del crédito. En dicha carta el banco avisador puede confirmar el crédito, con lo que él, a su vez, se obliga a responder, de la solvencia del banco emisor y del comprador, del pago del crédito (Crédito Confirmado).

El contrato de compraventa y el crédito documental son los acuerdos distintos e independientes entre sí, aunque procedan de la misma transacción.

El contrato de compraventa es un acuerdo entre el comprador y el vendedor, mientras el crédito es un contrato entre el banco emisor, el banco avisador y el vendedor, y entre el banco emisor y el comprador.

En este caso hablo de una carta de crédito irrevocable confirmada, pues en el caso que el crédito es irrevocable no puede haber confirmación. Así también se deben respetar los plazos y fechas de entrega (siendo este caso de entregas parciales acordadas con el cliente), pues el crédito caduca a un tiempo determinado.

### 5.6.3 Solicitud Crédito Avío

Así también se puede solicitar un crédito de pre-exportación, dentro del crédito ya solicitado, es decir que podemos pedir un adelanto o pago parcial de la factura, destinándolo a la compra de materiales e inicio de la producción.

Los materiales utilizados en la fabricación son:

- Madera Aglomerada
- Tintas; Blanca, verde, negro, rojo y café (no tóxicas).
- Solventes y pegamento
- Filamentos (de alambre recubiertos de PVC)
- PVC Cristal
- Fibras textiles (Flock)

### 5.6.4 Orden de Producción

Por otro lado el departamento de ventas enviará a la planta la orden de producción con los siguientes datos:

- Número del Pedido (referencia)
- Cantidad
- Fecha de entrega
- Nombre y dirección del destinatario o cliente

Procediendo a su vez producción a revizar el nivel tanto de productos terminados como de las materias primas; y las necesidades que se deriven de dicha revisión, serán comunicadas al departamento de compras, pues cuando se contrae un compromiso de tal magnitud debe contarse con todos los elementos necesarios y suficientes.

### 5.6.5 Certificado de Origen (Anexo 5, Gráfico 11)

El departamento de ventas deberá llenar el documento - que certificará que el producto es de origen mexicano.

Existen dos tipos de certificado de origen, el que permite beneficiarse de las concesiones del Sistema Generalizado de Preferencias (S.G.P.) y el que permite beneficiarse de las concesiones que ofrece la Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI).

Al ser un país Norteamericano (no latino) el importador, se utilizará el Sistema Generalizado de Preferencias.

Conteniendo los siguientes datos:

Certificado de Origen.

Sistema Generalizado de Preferencias

País exportador:	Estados Unidos Mexicanos
País importador:	Estados Unidos de America
No. de orden:	Esta columna indica en que se individualizan las mercancías comprendidas en el presente certificado.

S.P.G. (GSP en inglés)	Fracción Arancelaria GSI' - SPG 9503.20.20 5
------------------------	---

Denominación de la mercancía:	Casita de muñecas fabricada en madera.
-------------------------------	--

## Declaración de Origen (ejemplo)

Declaramos que las mercancías indicadas en el presente formulario, correspondientes a la factura comercial No. 043-8 cumplen con lo establecido en las normas de origen del acuerdo correspondiente al Acta de 1974 sección 502 (a) (3) y que corresponden a la fracción arancelaria 9503.20.20 5 del Sistema Generalizado de Preferencias.

Fecha;

Razón social

Sello

Firma del exportador: COGASA

Como vemos en la declaración de origen México se encuentra dentro del territorio (formado por varios territorios y ciudades o poblados asociados) designados dentro de la sección 502 (a) (3) según el Acta de 1974 (19 U.S.C 2462 (a) (3) como beneficiarios de las concesiones otorgadas por el Sistema Generalizado de Preferencias, según el Artículo V del Acta de 1974. (Anexo 5, Gráfico 12).

Así también encontramos en la tarifa armonizada de los Estados Unidos Americanos, la fracción arancelaria correspondiente a la descripción de nuestro producto, tratándose de Modelos a escala (sin accesorios; muebles o muñecas), específicamente dirigido al público infantil, es decir juguetes para armar o ensamblar. (Anexo 5, Gráfico 13).

### 5.6.6 Compromiso de Venta de Divisas (C.V.D.)

El exportador adquiere una responsabilidad más, y es el tramitar el compromiso de venta de divisas a una institución de crédito, en nuestro país. (Es decir que tenemos el - compromiso de venderle los dolares (cambiarlos a pesos mexicanos) de nuestra venta al extranjero.

El compromiso de venta de divisas consta de 3 hojas: A, B, y C, y debe contener los siguientes datos:

HOJA A (Anexo 5, Gráfico 14)

#### I. Identificación del C.V.D

No. de C.V.D., fecha de registro, consta de hoja A,B y C aduana de salida.

#### II. Datos de la Institución de crédito

Nombre:

Sucursal:

Domicilio:

Ciudad:

#### III. Datos del exportador

Nombre, denominación o razón social

R.F.C.

RNIE

Domicilio para recibir notificaciones

IV. Datos de la liquidación.

(Este espacio debe ser llenado por el Banco exclusivamente).

V. Formalización del C.V.D.

El exportador se obliga a vender a la Institución de Crédito que registró el presente compromiso de venta de divisas, a través de la sucursal mencionada, al tipo de cambio controlado de compra, la totalidad de divisas correspondientes al valor de las exportaciones que se realicen al amparo de este C.V.D, hechas, en su caso, las deducciones autorizadas, en los términos y condiciones establecidas en las disposiciones complementarias del control.

Asimismo, en caso de incumplimiento, el exportador autoriza a la Institución de Crédito para que proceda en los términos establecidos en los artículos 14 y 103 de las disposiciones de referencia.

Debe llevar la firma y nombre del exportador o apoderado legal, quien debe identificarse ante la Institución de Crédito.

VI. Registro del C.V.D.

Sello y firma autorizadas de la Institución de Crédito.

HOJA B (Anexo 5, Gráfico 15)

I. Encabezado.

Nombre de la Institución de Crédito:

Sucursal

Nombre del exportador

R.F.C.

RNIE

No. C.V.D.

II. Registro de la(s) exportación(es) realizada(s) al am-  
paro del presente C.V.D.

No. Progresivo de la operación (en el caso de ser va-  
rias exportaciones).

Pedimento o boleta de exportación, número y fecha.

Fracción declarada

Sello y firma de vista aduanal

Valor de la mercancía

FOB

De factura

Tipo de divisa US Dóls.

Nombre y firma del exportador o representante legal.

III. Registro del C.V.D.

Sello y firmas autorizadas de la Institución para que  
sea válida.

HOJA C

I. Encabezado.

Nombre de la Institución de Crédito

Sucursal

Nombre del exportador

R.F.C.

RNIE

No. de C.V.D.

II. Anticipos, deducciones y modificaciones

Concepto, monto y divisa.

Aquí se especificará la cantidad por concepto de comi  
siones en dólares y flete marítimo ( en su caso respectiva-  
mente.

II2. Deducciones de gastos asociados.

Esta debe ser llenada cuando existan gastos asociados  
a la exportación (directos o indirectos).

II3. Suma de II + II2

Concepto	Monto
Flete marítimo	
Comisiones	

III. Formalización.

Firma del exportador o su representante legal.



### 5.7.1 Envase y Embalaje

Conforme a las características de nuestro producto - al inicio de su desplazamiento en mercados nacionales, se diseñó un envase que consistía en una caja de cartón corrugado en la base y carton liso en la superficie, que mostraba una litografía de la casita así como el contenido total que formaba el producto.

De acuerdo al manejo que se le daría para almacenarlo en los diferentes estantes o bodegas de nuestros clientes, y del manejo que le darían los consumidores, el envase (o caja) cumplía bastante bien con su cometido, hasta que al paso de - el tiempo se observó que sobraba un poco de margen entre la - base de la casita y las paredes de la caja, lo cual si las -- personas que transportaban, manejaban, apilaban o guardaban - el juguete no estaban concientes de que es un producto resistente pero como todo producto debe tenersele cierto cuidado se producía un astillamiento en alguna esquina de determinada pieza.

Ací se procedió a diseñar un nuevo empaque más pequeño para evitar deslizamiento de alguna pieza dentro de la caja - y a la vez se tomo en cuenta las regulaciones y normas existentes en mercados extranjeros así como las preferencias del - consumidor, las exigencias en cuanto a traducción a cierto número de idionas.

Así que tomando en cuenta todo lo antes mencionado y el hecho de que se debe de estar acorde al momento que se vive, se tuvo que pensar en actualizar la presentación del producto, tomando en cuenta las observaciones de profesionales - especializados y con práctica en la exportación para que no se escapara detalle alguno, para ello se hizo lo siguiente:

1. Cambio del diseño de la portada de la caja:

- Se combinaron el color rosa y el color azul  
e rayas y en tono llamativo.

2. Traducción al inglés del contenido de la caja  
el cual aparece en la portada de la misma (Se -  
eligió el idioma inglés por ser utilizado en la  
mayoría de los países, y sobre todo en este ca-  
so en que la exportación es a la Ciudad de Nue-  
va York, E.U.A.)

3. Cambio de la litografía en la que aparece la ca-  
sita sola, por otra en la que aparece una niña-  
jugando con ésta, para que la imagen:

- "Invite" a la niña a jugar.
- Permita a los padres de las niñas, es de-  
cir al cliente que se de una mejor idea --  
sobre las dimensiones reales del juguete -  
en primer lugar para que sepan lo que es-  
tan adquiriendo, y también puedan tener la  
visión sobre el espacio que ocupa. (Anexo  
5, gráfico 17).

Con objeto de transportar la mercancía sin manipulación intermedia, ni ruptura de carga por mal manejo, el empleo de contenedores metálicos cerrados, se eligió como el más adecuado, asimismo por las ventajas que ofrece, como -- son:

- 1) Ahorro en el coste de empaque por la posibilidad de utilizar materiales más ligeros y menos resistentes para las mercancías; el propio contenedor ofrece ya una protección apreciable a las mercancías que se encierran en él. Este abaratamiento se ha estimado alrededor de cuatro a dieciocho dólares por tonelada de mercancía a transportar.
- 2) Ahorro en el coste del flete debido a la reducción de peso y cubicación que supone el uso de embalajes más livianos, que oscila entre cuatro y siete dólares por tonelada.
- 3) Ahorro en las primas de seguro a pagar por la disminución de riesgos de robo, averías, pérdidas y deterioro de las mercancías, herméticamente cerradas en los contenedores desde el punto de origen hasta el de destino, porcentaje según mercancías y compañías de seguros.
- 4) Ahorro en los gastos de manipulación y transporte interior de las mercancías al no tener que cargar y descargar más que la unidad contenedora; de uno

a tres dólares por tonelada.

5) Ahorro en los gastos de desembalaje por parte de quien va a utilizar las mercancías y de almacenaje.

6) Ahorro de formalidades aduaneras y documentarias a la expedición y recepción de las mercancías de 1 a 2 dólares por tonelada.

"El primer convenio aduanero internacional que ha sido suscrito para facilitar el tráfico de contenedores precintado, corresponde al 18 de mayo de 1959". ( 1 )

### 5.7.2 Contratación de Transporte

Para el transporte de mercancías mencioné que en el momento en que se tiene un probable pedido se puede realizar una reservación tentativa del transporte, pero es hasta este momento que se lleva a cabo la contratación del transporte.

Así también para realizar el transporte se exige que estén en regla los permisos oficiales de exportación y de importación, con lo que los transportistas tratan de cubrirse de peligros como la imposibilidad de descarga de las mercancías, el peligro de contaminación, etc.

Según las especificaciones del contrato de transporte o la cláusula contractual convenida se deberá presentar el justificante de haber satisfecho el precio del transporte.

En el transporte terrestre, la carta de porte es a la vez, prueba de contrato de transporte y recibo de las mercancías, pero no confiere titularidad de las mercancías al poseedor, según la convención que regula los transportes por carretera.

El aviso de expedición es el documento con que el expedidor comunica al destinatario designado en la orden de expedición que se ha llevado a cabo el envío de las mercancías.

La ciudad de Manhattan y el estado de Nueva Jersey establecieron de manera conjunta el Puerto de Nueva York-Nueva Jersey que constituye una de las instalaciones portuarias más eficientes de Estados Unidos.

Dicho puerto cuenta además con cinco terminales camióneras que reciben carga exclusivamente en contenedores; anualmente registra un promedio de 20 000 entradas y salidas, y recibe más del 40% de las importaciones del país, con un valor de más de sesenta mil millones de dólares.

La empresa de transportación elegida es:

Transcontainer, S.A. de C.V.

Vía Dr. Gustavo Baz No. 295-F

C.P. 54080 Edo. de México,

Tels: 397-5756 397-4939 398-4277

Telex TISAME 172694.

que también tiene oficinas en : 423 East Blacwell Street Dover, New Jersey 07801 E.U.A.

La Carta de Porte la proporciona la línea de transporte elegida, Transcontainer S.A. de C.V. que como mencioné antes será el documento que nos sirva como prueba de contrato de transporte y recepción de las mercancías.

Después la empresa porteadora deberá llenar todos y cada uno de los datos que se consignan en la Carta de Porte de acuerdo a lo siguiente:

<b>Encabezado</b>	<b>CARTA DE PORTE</b>
<b>Origen</b>	<b>México D.F.</b>
<b>Fecha</b>	
<b>Remitente</b>	<b>Corporación Galindo</b>
<b>Domicilio</b>	<b>Salaverry 1204</b>
	<b>Col. San Pedro Zacatenco</b>
	<b>C.P. 07380</b>
<b>Destino</b>	<b>Nueva York E.U.A.</b>
<b>Destinatario</b>	<b>Adicon Import Export</b>
<b>Bultos 1 Número</b>	
<b>2 Clase</b>	
<b>Contenido</b>	<b>Descripción del producto</b>
	<b>que contienen los bultos</b>
<b>Peso y Volumen</b>	
<b>Resbarco</b>	<b>En este caso elaboraran</b>
	<b>en la línea transportadora</b>
	<b>una orden de reexpedición</b>
	<b>pues hay que reenbarcar -</b>
	<b>de Nuevo Laredo Tamaulipas</b>
	<b>hacia la ciudad de Nueva -</b>
	<b>York, que es el destino <u>fi</u></b>
	<b>nal.</b>

Llevando al calce las firmas del agente y del destinatario en el momento en que reciba de conformidad la mercancía. (Anexo 5, Gráfico 18 y 19).

### 5.7.3 Responsabilidades de los Bancos: Emisor y Avisador

- El banco emisor (Chase Manhattan Bank) recibe orden de abrir un crédito documentario del cliente - (Adicon) en favor del vendedor (Cogasa) por el total del importe estipulado en el contrato.
- Así el banco avisador (Bancomer S.N.C.) notifica - al exportador (Cogasa) sobre la apertura de crédito a su nombre, informándole a la vez que podrá -- disponer del crédito, cuando pueda entregar los do cumentos acreditativos de haber efectuado el envío de las mercancías al comprador.
- En la misma carta, recibida la notificación y avisado el exportador, (Cogasa) sobre el crédito, el banco avisador (Bancomer, S.N.C.) confirma el crédito con lo que a su vez se obliga a responder independientemente de la solvencia del banco emisor y del comprador, del pago del crédito.
- Aunque el Banco emisor, por la cláusula de irrevocabilidad del crédito, se hace responsable del reintegro de lo pagado al vendedor, aún en el supuesto de que el comprador no llegara a pagar.
- Los bancos deben examinar todos los documentos con

cuidado para comprobar que éstos se ajusten a los términos y condiciones del crédito.

- "En las operaciones con créditos documentarios, todas las partes que en ellos intervienen manejan documentos y no mercancías" (2); es decir que los bancos pagan contra documentos que muestren embarque, existencia y transmisión de propiedad de las mercancías, pero no liquidan las mercancías en sí.

#### 5.7.A Formalidades Aduaneras

Posteriormente se hará la confirmación de documentos a través de un documento cuyo contenido será:

#### TRAMITE DE EXPORTACION

A: Departamento Servicios Agencia Aduanal

Sergio Arenas de los Rios

De: Gerencia Exportaciones

Para trámite de Exportación adjuntamos a ésta la siguiente documentación:

1. Factura (Copia)
2. Compromiso Venta de Divisas (C.V.D.) 48309
3. Carta de Forte No. 11587
4. Certificado de Origen
5. Pedimento de Exportación (7 copias)
6. Control de Calidad
7. Carta de la línea transportadora,

El pedido será transportado por Transcontainer S.A de C.V.(Anexo 5, Gráfico 20).

Esperamos que lo anterior sea de utilidad para los fi nes de dicha agencia en el trámite a realizar.

Este documento se enviará al departamento de crédito y cobranza junto con todo lo señalado en éste para que más tarde se lleve a cabo la cobranza de la Carta de Crédito en la Institución de Crédito Bancomer S.N.C.

Despacho Aduanero- este se lleva a cabo mediante el empleo de un sistema mecanizado en el que participan; las autoridades fiscales y otras autoridades administrativas, así como el remitente de la exportación a través del agente aduanal, suministrando la información pertinente respecto de los actos y formalidades a realizar.

El agente aduanal es el responsable de la veracidad de los datos e información suministrados al sistema en el despacho aduanal.

Para llevar a cabo la exportación existe la obligación de presentar ante la aduana un pedimento en la forma aprobada por la Secretaría de Hacienda y Crédito Público y se deberá acompañar de:

1. La factura que expresa el valor de la mercancía
2. Los documentos que comprueban el cumplimiento de las obligaciones correspondientes.

El pedimento de exportación es exigido por las autoridades aduaneras para legitimizar la salida de la mercancía de territorio nacional y realizar el trámite de despacho ante ésta autoridad. (Anexo 5, Gráficos 21 y 22).

Al pedimento de exportación lo dividiremos en partes para su explicación:

Datos Generales

Datos sobre la institución que registró el C.V.D.  
Datos sobre la mercancía exportada

Exportador	COGASA
Dirección	
No. Pedimento	
Fecha	
No. Guia Carta de Porte	11507
Destinatario	Adicon Import-Export
Agente Aduanal	Sergio Arenas de los Rios
Lugar de Origen	México, D.F.
Lugar de destino	Nueva York, E.U.A
Medio de Transporte	Terrestre-camión
Transportista	Transcontainer S.A.
Marcas y Números	
Descripción de Mercancía	Casitas de Muñecas - en Madera
Cantidad	10,000 pzas.
Peso Neto	
Peso Bruto	

(PARA USO EXCLUSIVO DE LA ADUANA MEXICANA)

Agente Aduanal  
Vista  
Clave A.A.  
R.F.C.

Cantidad Facturas

A. valor factura

B. Tipo cambio

Institución de Crédito  
que registró el C.V.D

Bancomer, S.N.C.  
Vellejo Suc.34  
México,D.F.

No. C.V.D.

Marcas y Números

Impuesto general de Exp.

OU

Tasa advalorem

Exenta

Valor Agregado

Debe contener las  
firmas del agente  
aduanal.

Declarando bajo -  
protesta, autori-  
zación, certifica-  
ción y sello del  
recinto fiscal au-  
torizado.

Presentado el Pedimento de Exportación la autoridad -  
aduanera procederá, en presencia del solicitante a efectuar-  
el reconocimiento aduanero de las mercancías en el recinto -  
fiscal. Los datos contenidos en el pedimento podrán rectifi-  
carse hasta antes del pago de impuestos.

Dicho reconocimiento consiste en el examen de las mercancías, para precisar su origen, naturaleza, composición, estado, cantidad, especie, envase, peso, medidas y demás características, a fin de comprobar el cumplimiento de las obligaciones.

Los requisitos necesarios para obtener el documento - que avala la calidad del producto son:

- 1 Copia de la Carta de Crédito
- 1 Copia del Fedido
- 1 Copia de la Factura
- 1 Copia de la Lista de Empaque
- 1 Copia de las especificaciones del producto
- 1 Copia del control de producción de la empresa
- 1 Copia del control de calidad de la empresa
- 1 Copia de la Carta de Porte.

También piden una carta en la que se les informe si trabajamos directamente con el cliente o por medio de un comisionista o agente, su dirección y porcentaje de la comisión. La visita de un inspector se lleva a cabo previo aviso de tres días hábiles para programarla.

Dicha carta debe enviarse a la atención del departamento de Tráfico y Exportación de la compañía General Mexicana de Control, S.A.

Para llevar a cabo la venta de casas de muñecas en la Unión Americana se necesitó tramitar permiso de tres dependencias gubernamentales, reguladas a su vez por el Departamento de Protección de la de Niños y Jóvenes:

1. La Asociación Americana para pruebas de Materiales, en Filadelfia.
2. La Comisión de Seguridad de Producción para el Consumidor, en Washington, D.C.
3. La Asociación de Manufactureros de Productos Juveniles, en Nueva Jersey.

Encontrandonos con la única exigencia de conocer la naturaleza de los materiales, por lo que en cada juego de documentos, se incluye una carta de nuestro proveedor de las tintas que se utilizan en la fabricación de las casitas de muñecas, en la que hacen constar que los elementos e ingredientes que intervienen en la composición de dichas materias primas no son tóxicas.

Así mismo se incluye otra carta en la que aclaramos que para el armado del juguete no se necesita utilizar pegamento u objeto punzo-cortante alguno, por su diseño que permite armarlo o desarmarlo cuantas veces se quiera.

Entre los documentos necesarios para la exportación encontramos al siguiente; exigido tanto por el agente como por la línea transportadora y la empresa que elabore el documento sobre la calidad del producto:

### Lista de Empaque

#### Descripción del Producto

##### Contenido y Presentación

- 1 Base plegable con Alberca (40X60cm)
- 6 Paredes decoradas por ambas caras
- 1 Techo de tres piezas
- 3 Filamentos de unión
- 10 Acetatos para las ventanas
- 1 Caja con litografía en la tapa
  - Tapa en cartón de 0.025"
  - Contratapa de 0.150" en cartón corrugado
  - Envoltura de P.V.C. encogible

#### Dimensiones

Base 80 X 60 X 1 cm  
Altura Casita 31 cm  
Puertas 10cm

#### Peso

4.5 kg/casita incluyendo empaque individual

#### Cantidad

10 000 cajas (una casita en cada caja)

B I B L I O G R A F I A  
( CAPITULO V )

1. Centro Interamericano de Promoción de Exportaciones.  
"El transporte de carga de recipientes". Bogotá  
1969. p. 210.
2. Acuerdo del Consejo de la Cámara Internacional de Comercio. "Prácticas y Usos Uniformes para Créditos Comerciales Documentarios". Artículo 8, Apartado (B) "Obligaciones y Responsabilidades"  
Noviembre 1962. Folleto No. 222.

## C O N C L U S I O N

México enfrenta actualmente una serie de ventajas y desventajas en cuanto a exportación se refiere, pero disponemos de una rica variedad de recursos naturales y contamos con abundante mano de obra calificada, así como una infraestructura industrial aceptable; en suma estos factores representan algunas de las ventajas comparativas más importantes que poseemos por lo tanto estamos obligados a optimizar su aprovechamiento.

Se debe buscar propiciar una conciencia exportadora en todos los sectores de la sociedad para erradicar a la - ineficiencia para lograr permanecer como una entidad productiva capaz de satisfacer competitiva, eficaz y eficientemente las necesidades y deseos de los mercados elegidos.

Vimos que cualquier producto si va avalado por calidad en su fabricación será aceptado por los mercados exteriores sin importar si se trata de productos de primera necesidad, y el obtener un pedido por tal cantidad de piezas logró generar nuevas fuentes de trabajo, así como el aprovechamiento de la capacidad ociosa existente.

La actividad que denominamos "Promoción Exportadora"

fue sumamente fácil, gracias a la excelente cooperación por parte de la Consejería Comercial de nuestro País (creada -- por el Banco Nacional de Comercio Exterior). Y gracias a -- ello penetramos en un mercado de tal vez no muy fácil acceso, como lo es el de la Ciudad de Nueva York, demostrando -- que en verdad se fomenta e impulsa al exportador mexicano.

Podemos concluir también que la exportación no es el simple acto de vender algo en el extranjero, sino que es la presencia integral y estable de un país en el exterior como producto comercializador proveedor y garante competitivo -- de bienes y servicios.

Así también pronto se darán martos de referencia para crear una forma de pensamiento administrativo que sirva, y además sobreviva a las nuevas sociedades, organizaciones e ideologías que surjan, y el Licenciado en Administración -- deberá utilizar sus conocimientos básicos y capacidad propia para contribuir al desarrollo del Comercio Exterior tomando esa conciencia exportadora de la que ya hable, anticipándose al futuro, no tomándolo como un destino incierto -- que se mueve a distancia sino que con un poco de perspicacia debemos prepararnos tomando en cuenta y sin perder de -- vista, que a pesar de los cambios la razón de ser de la administración es y será lograr los resultados deseados, planeando, organizando, integrando, dirigiendo y controlando --

nuestras funciones y empresas, interviniendo además en las actividades "nuevas", como la exportación, porque el futuro comienza con el presente.





Mapa 1 (Continuación)



Mapa 1 (Continuación)

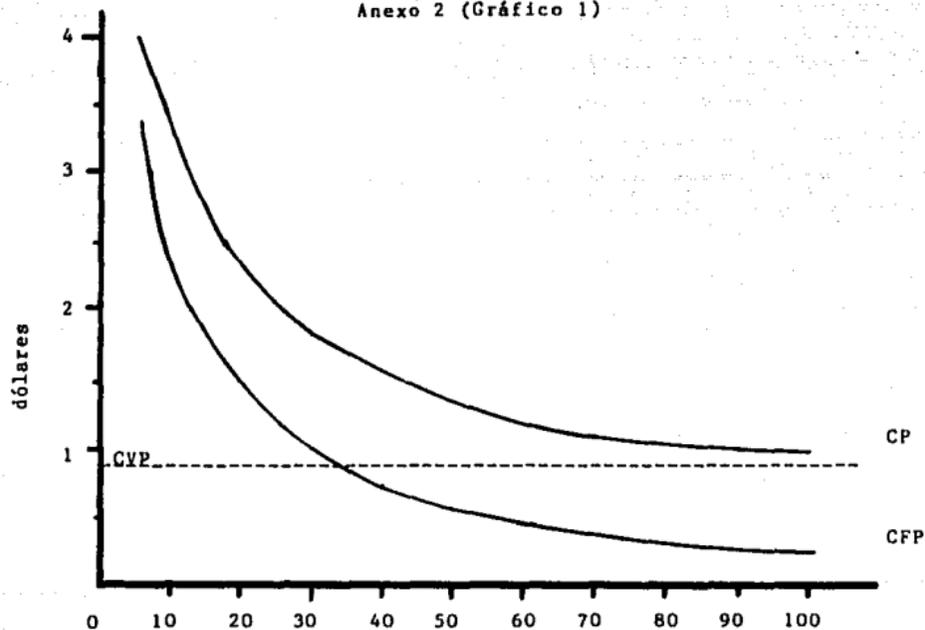


Mapa 1  
SIGNO DE LA BALANZA COMERCIAL DE LOS PAISES DEL MUNDO

Mapa 1

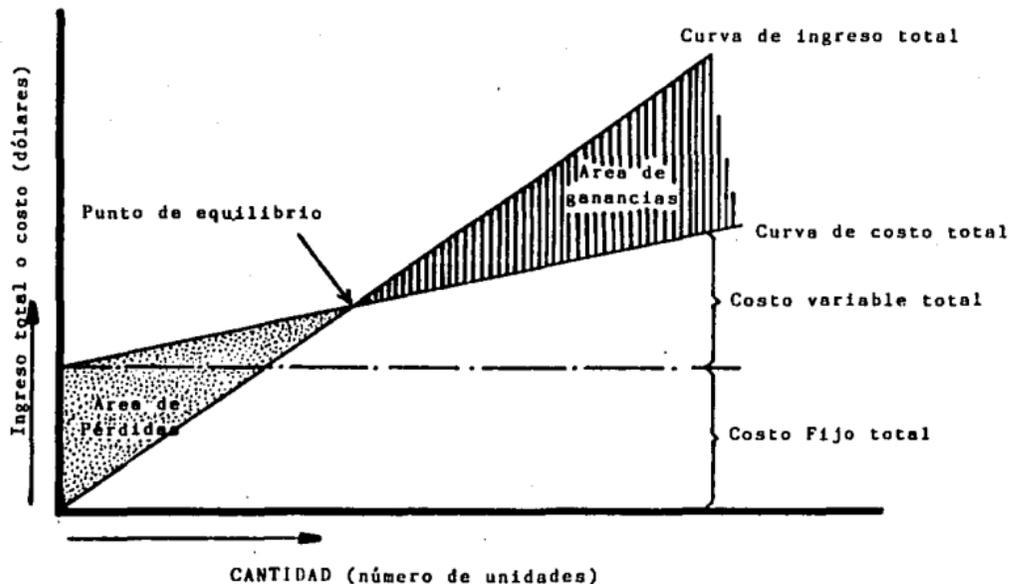


Anexo 2 (Gráfico 1)



FUENTE: CURSO PRACTICO PARA LA EXPORTACION, MEXICO 1988.

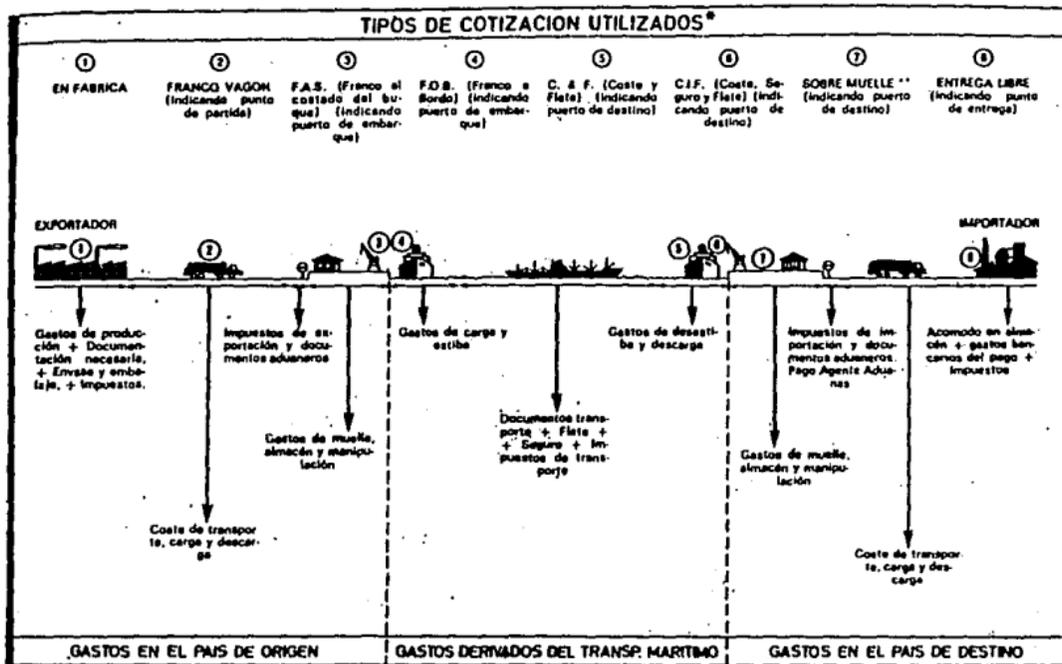
Anexo 2 (Gráfico 2)



FUENTE: CURSO PRACTICO PARA LA EXPORTACION., MEXICO 1988.

## Anexo 2 (Gráfico 3)

GASTOS QUE SE PRODUCEN Y TIPOS DE COTIZACION UTILIZADOS EN LAS COMPRAS INTERNACIONALES



(\*) La colocación de las siglas o expresiones correspondientes a cada tipo de cotización, antes o después del precio cotizado, significa que éste incluye el coste de fabricación de la mercancía más el monto de los gastos adicionales precisos para situarla en las posiciones marcadas sobre el gráfico, con los saleros correspondientes a cada tipo de cotización. Estos tipos de Cotización responden a las definiciones de los INCOTERMS 1953.

(\*\*) La cotización «SOBRE MUELLE» admite dos alternativas: en una los derechos y gastos son por cuenta del comprador y, en otra, los derechos y gastos son a cuenta del vendedor (Incluso los derechos de Aduanas).

Anexo 2 (Gráfico 4)

HOJA DE CALCULO DE LOS COSTES DE EXPORTACION

		Fecha <u>11 de febrero de 1974</u>
Precio dado a <u>Walgren S.A.</u> Dirección <u>Box 112 Walgrem</u> Dirección cablegráfica <u>CAL 15007</u>		
Unidad <u>El paquete</u> Peso bruto <u>1.1 kg</u> Volumen <u>1.1 cúb. pies</u> Número de unidades por "tonelada" <u>21</u>		
1. A. Coste unitario <u>147.00</u>		
B. Coste de una "tonelada" . . . . .		<u>5,427.00 peso</u>
2. Beneficio <u>6%</u> y en cantidad . . . . .		<u>325.62</u>
3. Comisión del agente en el extranjero <u>Aplicable</u> . . . . .		
4. Impuestos de exportación, sobre la cifra de negocios y otros gravámenes <u>10%</u> . . . . .		<u>542.70</u>
5. Etiquetas especiales, etiquetado, contenedores <u>Aplicable</u> . . . . .		
6. Etiqueta <u>Aplicable</u> de <u>empaque</u> y <u>origen</u> <u>12.00</u> por <u>paquete</u> . . . . .		<u>252.00</u>
7. Marcado <u>10 pesos</u> por <u>paquete</u> <u>1.00</u> . . . . .		<u>21.00</u>
8. Enflajamiento o enfardamiento <u>1 peso</u> por <u>paquete</u> <u>2.00</u> <u>1.00</u> . . . . .		<u>42.00</u>
9. Transporte hasta el depósito de mercancías, <u>Wagon (Luzin)</u> , muelle u otro lugar <u>2 pesos</u> por <u>paquete</u> <u>1.00</u> . . . . .		<u>42.00</u>
10. Transporte hasta el puerto. Ruta y transportista <u>Empaque Terminal 2%</u> . . . . .		
Conocimiento de embarque mínimo <u>50</u> <u>100</u> Bonificación por <u>Empaque</u> . . . . .		
Flete hasta el puerto por "tonelada" <u>10 pesos</u> de <u>1.1 kg</u> <u>cada una</u> <u>100</u> <u>1 kg</u> a <u>1 peso</u> por <u>libra</u> . . . . .		<u>176.00</u>
11. Costes de descarga <u>10 pesos</u> por <u>100 kg</u> Importe por "tonelada" . . . . .		<u>54.27</u>
12. Costes de demora, almacenamiento en frigoríficos y otros costes análogos por "tonelada" <u>Aplicable</u> . . . . .		
13. Costes de muelle (póngase una X donde corresponda)		
Peso <u>100</u> Volumen <u>X</u> Importe por "tonelada" . . . . .		<u>54.27</u>
14. Costes de carga larga o de carga pasada <u>Aplicable</u> . . . . .		
15. Otros gastos (embarques) <u>Empaque</u> . . . . .		
16. Pronturas consulares <u>Aplicable</u> . . . . .		
17. Flete marítimo (póngase una X donde corresponda)		
Peso <u>100</u> Volumen <u>X</u> Sobre cubierta . . . . .		
Bajo cubierta <u>X</u> Con ventilación . . . . .		
Envío mínimo por conocimiento de embarque <u>100</u> <u>100</u> . . . . .		
Tarifa por "tonelada" <u>10.00</u> <u>10.00</u> . . . . .		
Moneda <u>10.00</u> <u>10.00</u> Importe en <u>pesos</u> . . . . .		<u>100.00</u>
18. Remuneración del agente de transportes. . . . .		<u>54.27</u>
19. Total en moneda nacional. . . . .		<u>5,427.00 pesos</u>
20. Deducción por bonificación o rebaja <u>Aplicable</u> . . . . .		
21. Importe neto en moneda nacional. . . . .		<u>5,427.00</u>
22. Seguro marítimo: a) Valor de la "tonelada" (partida 21) . . . . .		<u>542.70</u>
b) Más el 10% del valor. . . . .		<u>54.27</u>
c) Cantidad que ha de asegurarse. . . . .		<u>542.70</u>
Tipo: <u>Carta abierta</u> <u>Carta abierta</u> <u>Carta abierta</u> <u>Carta abierta</u> <u>Carta abierta</u> . . . . .		
Prima <u>1%</u> Importe de la prima en moneda nacional. . . . .		<u>54.27 pesos</u>
23. Costes de financiación (para las ventas a crédito) <u>Aplicable</u> . . . . .		
24. Seguro del crédito a la exportación <u>Aplicable</u> . . . . .		
25. Precio C.I.F. en moneda nacional (además las partidas 21, 22, 23 y 24) . . . . .		<u>5,427.00</u>
26. Conversión en dólares U.S.A., libras esterlinas u otra moneda <u>1.00</u> <u>1.00</u> <u>1.00</u> <u>1.00</u> <u>1.00</u> . . . . .		<u>5,427.00</u>
PRECIO DADO (Copia del flete o de la carta por correo aéreo)		
L.T. CALSFORT CALGARY, RAQUETAS TRIN SURVIDAS SECON MENTRA 47, 97 8 CANADIERES LA DOCKA C.I.P. VANCOUVER A TODO RIESGO CLAUDIA ALAMCEN, SEISDIA DIAS CREDITO, MEXINO SEIN DOCKAS, SIGIN CARTA.		

ABCSPORT

Anexo 2 (Gráfico 5)

COMPARACION ENTRE LOS MEDIOS DE TRANSPORTE DISPONIBLES

RECORRIDO: de ..... (origen) ..... a ..... (destino) .....											
MERCANCIA A TRANSPORTAR ..... PLAZO LIMITE DE ENTREGA AL COMPRADOR .....											
MEDIO DE TRANSPORTE	Costo del Transporte	Precio del Embaraje Necesario	Precio Prima de Seguros	Costos de Manejo	Fechas de Salida	Fechas de Llegada	Días duración del Transporte	Frecuencia del Servicio	Cargas Mínima y Máxima Aceptadas	Otras consideraciones (*)	Conferencia Global
<b>1. VIA MARITIMA</b> a) Buques de compañías en Conferencias b) Buques de compañías fuera de Conferencia c) Buques-tramp											
<b>2. VIA TERRESTRE</b> a) Carretera b) Ferrocarril c) Transporte combinado											
<b>3. VIA AEREA</b> a) Vuelos regulares b) Vuelos irregulares											

(\*) Considerar: Costo de la documentación precisa, valor en aduanas de la mercancía transportada C.I.F., intereses del capital inmovilizado durante el período de transporte (tanto en existencias como, por ejem. en camiones propios), costos portuarios, derechos de aeropuerto y costos de almacenaje en origen y destino, y las consideraciones derivadas de la naturaleza del producto o mercancía a transportar.

FUENTE: Francisco Granell; "La Exportación y los Mercados Internacionales"; Editorial Hispano Europa, Barcelona, España.

## Anexo 2 (Gráfico 6)

### ALGUNOS PROBLEMAS DEL EMBALAJE PARA LA EXPORTACION (\*)

MERCANCIAS	PROBLEMAS Y PELIGROS	PRECAUCIONES A ADOPTAR
MUEBLES, ELEC- TRODOMESTICOS, PEQUERA MAQUINARIA Y SIMILARES	a) Tienen mucho espacio vacío, por lo que necesitan gran volumen con poco peso. Hay también muebles con paredes gruesas y molduras pesadas con relación al volumen total.	Para reducir los costos de embalaje y del flete marítimo (en caso de pago por volumen), deberá hasta donde sea posible, disminuirse el volumen exterior mediante: 1. Transporte de los muebles desarmados, desarmándolos de manera que puedan desarmarse y armarse fácilmente sin hacer visibles las uniones. Tener en cuenta que se puedan colocar sus partes en grupos compactos de despacho. 2. En caso de no poderse desarmar el mueble, deberá tratarse de utilizar los espacios vacíos del embalaje con algunos otros elementos de despacho.
	b) Son susceptibles a daño proveniente de rasguños, abolladuras y humedad.	1. Contacto con objetos extraños y del mismo embalaje que puedan causar daño: Esto se puede lograr con empujeo anterior adecuado. 2. Acceso de humedad al mueble: Esto puede evitarse con embalajes impermeables (exterior e interior) a la humedad y al agua, por ejemplo papel revestido de polietileno, papel sulfonado o polifileno. Estos elementos se deberán colocar sobre las superficies delicadas del mueble. Para evitar este contacto deberá revestirse al mueble con papel fino o feltro o algún otro material que proteja al mueble de daños. El material impermeable puede también pegarse lateralmente al embalaje, pero nunca deberá fijarse con grapas.

(\*) Para la elaboración de este cuadro se han seguido los consejos contenidos en la publicación del Fondo Colombiano de Promoción de Exportaciones: "Factores de Importancia para envases y embalajes", Bogotá, 1969.

MERCANCIAS	PROBLEMAS Y PELIGROS	PRECAUCIONES A ADOPTAR
	a) Tienen patas que no resisten choques o fuerzas en dirección oblicua.	Deberá reforzarse en el embalaje los sitios de apoyo o bien desarmar las patas.
	d) Tienen puertas, cajones o gavetas.	Para evitar daños provenientes de choques o golpes deberán fijarse esas partes al mueble por medio de cuñas de madera o pequeños clavos.
	e) Tienen cerraduras y bisagras, botones o partes oxidables.	Cuando estos elementos son susceptibles a la corrosión deberán protegerse con anticorrosivos que no perjudiquen el mueble. Es decir, acético o grasas, que no alteren las características de la madera o la pintura. Utilizar antiterminbrocos (ácidos de eliminar en destino).
	f) Existen facilidades para manejo o escrita.	Lo logramos utilizando embalaje adecuado. Este embalaje deberá tener en cuenta la clase de viaje y el tipo de mueble (tamaño, peso, valor, susceptibilidad a daños por presión y choque).
BOLSAS DE GRANILES, CAJAS DE JUGUETES U OBJETOS ARTESANALES Y SIMILARES	a) Consiste de una o varias piezas separadas que deberán unirse en un solo paquete.	Esto exige un embalaje que reúna estas piezas en una sola unidad con tamaño y peso adecuados al tipo de viaje y a las propiedades especiales de la mercancía. Se pueden utilizar cajas de cartón ondulado o madera.
	b) Las piezas no pueden sostener la presión del arriero de varios paquetes.	El embalaje para esta mercancía requiere resistencia suficiente a la presión. Si se utiliza caja de cartón ondulado, éste deberá calcularse para que pueda soportar el arriero hasta una altura de tres metros.

Anexo 2 (Gráfico 7)

SÍMBOLOS PARA EL MARCADO DE EMBALAJES

NO USAR GANCHOS



MANTENGASE  
EN LUGAR FRESCO



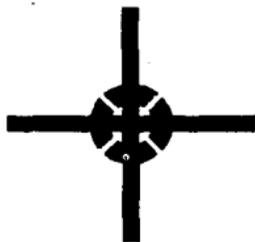
MANTENGASE SECO



FRAGIL



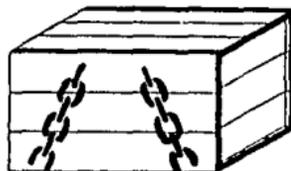
CENTRO DE GRAVEDAD AQUI



ESTE LADO ARRIBA



APLICAR LAS CADENAS AQUI





Anexo 3 (Gráfico 1)

CERTIFICADO DE ORIGEN  
ALALC

ASOCIACION LATINOAMERICANA DE LIBRE COMERCIO  
ASSOCIAÇÃO LATINO-AMERICANA DE LIVRE COMÉRCIO

NOMBRE DE PAIS EXPORTADOR:

N.º DE ORDEI (1)	NABALALC	DENOMINACIÓN DE LAS MERCANCIAS
1		
2		
3		
4		
5		
6		
7		
8		

DECLARACION DE ORIGEN

DECLARAMOS que las mercancías indicadas en el presente formulario, correspondientes a la Factura Comercial N.º ..... cumplen con lo establecido en las normas de la ALALC, de acuerdo con el siguiente desglose:

NORMAS	N.º DE ORDEN (2)
ART. 1.º de la Resolución 82 (III)	
ART. 2.º de la Resolución 82 (III)	
ART. 3.º de la Resolución 82 (III)	
Resolución 83 (III)	
Decisión N.º ..... del CEP	
Decisión N.º ..... del CEP	
Decisión N.º ..... del CEP	

CERTIFICACION  
DE ORIGEN

CERTIFICAMOS la veracidad de la presente declaración.

Fecha, sello y firma responsable del exportador o productor.

Fecha, sello y firma de la entidad certificadora.

(1) Esta columna indica el orden en que se individualizarán las mercaderías comprendidas en el presente certificación. En caso de ser insuficientes los números de orden, se continuará la individualización de las mercaderías en ejemplares suplementarios de este certificado.

(2) En esta columna se identificará la norma de origen con que cumple cada mercancía, indicando su número de orden, en la línea correspondiente a la norma respectiva.

Tomado del Manual Práctico del Exportador editado por Cámara Nacional de Comercio de la Ciudad de México y Banco Nacional de Comercio Exterior, S. A.; 1969.

### Anexo 3 (Gráfico 2)

#### PARTES CONTRATANTES DEL ACUERDO GENERAL SOBRE ARANCELES ADUANEROS Y COMERCIO (GATT) \*

(Situación en diciembre 1978)

##### Partes contratantes del Acuerdo General (64)

Alemania (Rep. Fed. de)	Gabón	Noruega
Alto Volta	Gambia	Nueva Zelandia
Argentina	Ghana	Países Bajos
Australia	Grecia	Pakistán
Austria	Guyana	Perú
Bangladesh	Haití	Polonia
Barbados	Hungría	Portugal
Bélgica	Imperio Centroafricano	Reino Unido
Bénn	India	República Dominicana
Birmania	Indonesia	Rhodesia
Brasil	Irlanda	Rumania
Burundi	Islandia	Rwanda
Camerun	Israel	Senegal
Canadá	Italia	Sierra Leona
Congo	Jamaica	Singapur
Corea, Rep. de	Japón	Sri Lanka
Costa de Marfil	Kenya	Sudáfrica
Cuba	Kuwait	Suecia
Chad	Luxemburgo	Suiza
Checoslovaquia	Madagascar	Surinam
Chile	Malasia	Tanzania
Cipra	Malawi	Togo
Dinamarca	Malta	Trinidad y Tobago
Egipto	Mauricio	Turquía
España	Mauritania	Uganda
EEUU	Nicaragua	Uruguay
Finlandia	Níger	Yugoslavia
Francia	Nigeria	Zaire

##### Accesión provisional al Acuerdo General (3)

Columbia	Filipinas	Túnez
----------	-----------	-------

Países en cuyos territorios se aplicaba el Acuerdo General y que, habiendo adquirido la independencia, continúan aplicándolo de facto en espera de fijar definitivamente su política comercial (24)

Angola	Grenada	Papua Nueva Guinea
Argelia	Guinea-Bisáu	Qatar
Bahamas	Guinea Ecuatorial	Santo Tomé y Príncipe
Bahrein	Kampuchea	Seychelles
Botswana	Lesotho	Swaziland
Cabo Verde	Maldivas	Tonga
Emiratos Árabes Unidos	Nal	Yemen, Democrático
Fiji	Nisambique	Zambia

\* Al margen de los países del recuadro están participando desde 1971 en la VII Ronda de Negociaciones Comerciales Multilaterales (Ronda de Tokio) los siguientes países: Bolivia, Bulgaria, Costa Rica, Ecuador, El Salvador, Etiopía, Guatemala, Honduras, Irak, Irán, México, Panamá, Paraguay, Somalia, Sudán, Tailandia, Venezuela y Vietnam.

Tomado del Manual Práctico del Exportador editado por Cámara Nacional de Comercio de la Ciudad de México y Banco Nacional de Comercio Exterior, S. A.; 1980.

(Anexo 3, Gráfico 3 )

PROTOCOLO DE ADHESION DE  
MEXICO AL ACUERDO GENERAL SOBRE  
ARANCELES ADUANEROS Y COMERCIO  
(G A T T )

Los gobiernos que son partes contratantes del Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio (denominados en adelante "las partes contratantes" y el "Acuerdo General" — respectivamente), la Comunidad Económica Europea y el Gobierno de los Estados Unidos Mexicanos (denominado en adelante — "México").

Tomando nota de la condición actual de México como — país en desarrollo, en razón de la cual México gozará del — trato especial y más favorable que el Acuerdo General y — otras disposiciones derivadas del mismo establecen para los países en desarrollo.

Habida cuenta de los resultados de las negociaciones celebradas para la adhesión de México al Acuerdo General.

Adoptan, por medio de sus representantes, las disposiciones siguientes:

Este documento se reproduce de *El proceso de adhesión de México al Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio (GATT)*, Gabinete de Comercio Exterior, México, 1986, pp. 29-31.

(Anexo 3, Gráfico 4)

Primera parte; disposiciones generales

1) a partir del día en que entre en vigor el siguiente Protocolo de conformidad con el párrafo 9, México será parte contratante del Acuerdo General en el sentido del artículo XXXII de dicho acuerdo, y aplicará a las partes contratantes, provisionalmente y con sujeción a las disposiciones del presente Protocolo:

a) Las Partes I, III y IV del Acuerdo General, y

b) La Parte II del Acuerdo General en toda la medida que sea compatible con su legislación vigente a la fecha del presente protocolo.

A los efectos de éste párrafo, se considerará que están comprendidas en la Parte II del Acuerdo General las obligaciones a que se refiere el párrafo 1 del artículo primero remitiéndose al artículo III y aquellas a que se refiere el apartado b) del párrafo 2 del artículo II remitiéndose al art. VI del citado Acuerdo.

2) a) Las disposiciones del acuerdo General que deberá aplicar México a las partes contratantes serán, salvo si se dispone lo contrario en el presente Protocolo, y de conformidad con el párrafo 83 de documento L/6010, las que figuran en el texto anexo al Acta final de la segunda reunión de la Comisión Preparatoria de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Empleo, según se ha rectificado, enmendado o modificado de otro modo por medio de los instrumentos que hayan entrado en vigor en la fecha en que México pase a ser parte contratante.

b) En todos los casos en que el párrafo 6 del artículo V, el apartado d) del párrafo 4 del artículo VII y el apartado c) del párrafo 3 del artículo X del Acuerdo General se refieran a la fecha de éste último, la aplicable en lo que concierne a México será la del presente protocolo.

(Anexo 3, Gráfico 5)

3) Las PARTES CONTRATANTES reconocen el carácter prioritario que México otorga al sector agrícola en sus políticas económicas y sociales, sobre el particular y con objeto de mejorar su producción agrícola, mantener su régimen de tenencia de la tierra, y promover el ingreso y las oportunidades de empleo de los productores. México continuará aplicando su programa de sustitución gradual de los permisos previos de importación por una protección arancelaria, en la medida en que sea compatible con sus objetivos en este sector y de conformidad con las disposiciones del párrafo 29 del documento L/6010.

4) Las PARTES CONTRATANTES están conscientes de la intención de México de aplicar su Plan Nacional de Desarrollo y sus programas sectoriales y regionales, así como de establecer los instrumentos necesarios para su ejecución, incluidos los de carácter fiscal y financiero, de conformidad con las disposiciones del Acuerdo General y del Párrafo 35 del documento L/6010.

5) México ejercerá su soberanía sobre los recursos naturales de conformidad con la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos. México podrá mantener ciertas restricciones a la exportación relacionadas con la conservación de los recursos naturales, en particular en el sector energético, sobre la base de sus necesidades sociales y de desarrollo y siempre y cuando tales medidas se apliquen conjuntamente con restricciones a la producción.

(Anexo 3, Gráfico 6)

Segunda parte: lista

6) Al entrar en vigor el presente Protocolo, la lista del anexo pasará a ser la lista de México anexa al Acuerdo General.

7) En todos los casos en que el párrafo 1 del artículo II del Acuerdo General se refiere a la fecha de este Acuerdo, la aplicable, en lo que concierne a cada producto que sea objeto de una concesión comprendida en la lista anexa al presente Protocolo será la de este último.

b) A los efectos de la referencia que se hace en el apartado a - del párrafo 6 del artículo II del Acuerdo General a la fecha de dicho Acuerdo, la aplicable en lo que concierne a la lista anexa al presente Protocolo será la de este último.

Tercera parte: disposiciones finales

8) El presente Protocolo se depositará en poder del Director General de las PARTES CONTRATANTES. Estará abierto a la firma de México hasta el 31 de diciembre de 1986. También estará abierto a la firma de las partes contratantes y de la Comunidad Económica Europea.

9) El presente Protocolo entrará en vigor a los treinta días - de haberlo firmado México.

10) México, cuando haya pasado a ser parte contratante del Acuerdo General de conformidad con el párrafo 1 del presente Protocolo, podrá adherirse a dicho Acuerdo, depositando un instrumento de adhesión en poder del Director General. La adhesión empezará a surtir efecto el día en que el Acuerdo General entre en vigor de conformidad con lo dispuesto en el artículo XXVI, o a los treinta días de haberse depositado el instrumento de adhesión en caso de que esta fecha sea posterior. La adhesión al Acuerdo Gene

( Anexo 3, Gráfico 7)

ral de conformidad con el presente párrafo se considerará a los efectos del párrafo 2 del artículo XXXII de dicho Acuerdo, como la aceptación de éste con arreglo al párrafo 4 de su artículo - XXVI.

11) México podrá renunciar a la aplicación provisional del — Acuerdo General antes de adherirse a él de conformidad con lo — dispuesto en el párrafo 10, y su renuncia empezará a surtir — efecto a los sesenta días de haber recibido el Director General el aviso por escrito.

12) El Director General remitirá sin dilación copia auténtica del presente Protocolo, así como notificación de cada firma que en él se ponga de conformidad con el párrafo B, a cada parte — contratante, a la Comunidad Económica Europea, a México y a cada gobierno que se haya adherido provisionalmente al Acuerdo General.

13) El presente Protocolo será registrado de conformidad con las disposiciones del artículo 102 de la Carta de las Naciones- Unidas.

14) Hecho en Ginebra, el día diecisiete de julio de mil novecientos ochenta y seis, en un solo ejemplar y en los idiomas español, francés e inglés, salvo indicación en contrario en lo que concierne a la lista anexa, siendo cada uno de los textos igualmente auténticos.





Anexo 4, (Gráfico 2)

CARTA DE CREDITO IRREVOCABLE NO CONFIRMADA

INSTITUCION BANCARIA MEXICANA  
DIRECCION

Aviso No.

5C-101

CREDITO IRREVOCABLE DE RESPONSABILIDAD  
RESPONSIBILITY'S IRREVOCABLE CREDITATION CREDIT

- METALES Y MINERALES, S.A.
- MEXICO, D.F.

Recibido de: BANCO CAFETERO  
BOGOTA, COLOMBIA

Fecha de: Septiembre 30 de 1971.

Muy señores míos:

Dear Sirs,

Hemos sido instruidos por: BANCO CAFETERO  
Bogotá, Colombia.

Para avisar a ustedes que ellos han abierto el Crédito Irrevocable No. C. D. 352

to advise you that they have opened their Irrevocable Credit number  
a su favor, por cuenta de Metalurgia Oceánica Ltd., Martinica #5, Bogotá, Colombia.

to your favor, for amount of  
hasta por una suma que no excederá de U.S. Dols. \$32,000.00

up to an aggregate amount of  
disponible mediante sus letras a la vista o a cargo de (NOMBRE DE LA INSTITUCION  
acompañadas de BANGARIA MEXICANA)

- 1o. - Factura Comercial en original y 3 copias, original y copia visados por el Consulado Colombiano.
- 2o. - Juego completo de conocimientos de embarque "Limpio a Bordo" consignados a la orden y endosados en blanco, marcados "Flete por Cobrar" y mostrando -- embarques de puerto mexicano a puerto colombiano.
- 3o. - Certificado de origen.
- 4o. - Lista de empaque.

Todos los documentos deberán evidenciar un sólo embarque de: 2,000 Kg. de zinc refinado en barras.

NOTA: Esta carta de crédito no es confirmada por nosotros, no implica ninguna responsabilidad de nuestra parte, haciéndose la notificación como una atención al Banco Ordenante y a ustedes, pero estamos en la mejor disposición para atender la negociación de este crédito.

Los giros deberán ser girados o negociados en o antes de: Enero 29 de 1972.

Draws must be drawn and negotiated on or before:

Cada giro deberá mostrar la cláusula "Girado bajo carta de Crédito No. C. D. 332/SC-101

Each draw must bear the clause: "Drawn under letter of credit No.

de BANCO CAFETERO, Bogotá, Colom. de fecha Septiembre 30 de 1971", y su importe de \$32,000.00.

deberá ser emitido al reverso de esta Carta de Crédito por el Banco o Bancos negociadores.

El Banco emitirá los comprobantes con los giradores endosados y remesores de buena fe de todos los giros expedidos al amparo de este crédito, que tales giros serán debidamente honrados a su presentación, acompañados de los documentos que se detallan en los términos y condiciones de este crédito.

Atentamente  
Very truly yours

FIRMA AUTORIZADA  
AUTHORIZED SIGNATURE

INDICACIONES APPLICABLES AL CREDITO IRREVOCABLE

A credit card authorizing the opening and issue of Credits will include a "This Irrevocable Credit is issued by the Issuing Bank under the terms of the Uniform Customs and Practice for Documentary Credits, 1953, as amended, and the conditions of the credit as set forth in the credit itself and in the separate document or documents referred to in the credit." The Issuing Bank will be bound by the terms and conditions of the credit as set forth in the credit itself and in the separate document or documents referred to in the credit.

INDICACIONES APPLICABLES AL CREDITO IRREVOCABLE

When a credit card authorizing the opening and issue of Credits is issued to the Issuing Bank, and the Issuing Bank is bound by the terms and conditions of the credit as set forth in the credit itself and in the separate document or documents referred to in the credit.

Fuente: Asociación de Banqueros de México,  
"ABC de las Exportaciones"  
México, D.F. Noviembre 1971, p.8



Anexo 4, (Gráfico 4)

CARTA DE CREDITO IRREVOCABLE TRANSFERIBLE

INSTITUCION BANCARIA MEXICANA  
DIRECCION \_\_\_\_\_

Aviso No. \_\_\_\_\_  
Fecha de: **C-107**

**CREDITO IRREVOCABLE DE CANCELACION**  
Irrevocable Credit with Right of Cancellation

- CONSERVAS Y ATEES MEXICANOS, S. A.
- MEXICO, D. F.

Recibido de: **BANCO DE MONTEVIDEO**  
Banco de **MONTEVIDEO, URUGUAY**  
Septiembre 30 de 1971

Muy señorial(es) señores:

Hemos sido instruidos por: **BANCO DE MONTEVIDEO**  
**MONTEVIDEO, URUGUAY**

Para avisar a ustedes que ellos han abierto el Crédito Irrevocable Transferible No. C. D. L - 137  
to advise you that they have opened their Irrevocable Credit transferable  
a su favor, por cuenta de **IMPORTADORA LA NACIONAL, S. A.** Casilla Postal 325, Montevideo,  
in your favor, by account of  
hasta por una suma que no excederá de **U.S. Dls. \$210.00**  
up to an aggregate amount of  
disponible mediante sus letras a la vista e cargo de **(NOMBRE DE LA INSTITUCION BANCARIA MEXICANA)**

- 1o. - Factura Comercial en 8 copias.
  - 2o. - Conocimiento de embarque marítimo consignado a la orden del embarcador y endosado en blanco, fletes pagados, mostrando embarques de puerto mexicano a Montevideo.
  - 3o. - Pólizas de Seguro Mercaderías: Piña en rebanadas Embarques parciales permitidos
- Las transferencias que se hagan de esta carta de crédito únicamente se podrán hacer dentro de territorio mexicano.

**NOTA:** Esta carta de crédito es confirmada por nosotros, por lo tanto nos comprometemos con ustedes a honrarlas sus giros siempre y cuando todos los documentos se ajusten a los términos y condiciones de esta Carta de Crédito.

Los giros deberán ser girados o negociados en o antes del **29 de Enero de 1972.**  
Drafts must be drawn and negotiated on or before  
Cada giro deberá mostrar la cláusula "Credito bajo Carta de Crédito No. 137/C-107"  
Each draft must bear the clause "Credit under letter of credit no.  
de **BANCO DE MONTEVIDEO** de fecha **Septiembre 30 de 1971**, y su importe  
of **Montevideo, Uruguay.** must  
deberá ser onotado al reverso de esta Carta de Crédito por el Banco o Bancos negociadores,  
mentioned on the back of draft by negotiating bank or banks.

El Banco emisor se compromete con los giradores endosantes y tenedores de buena fe de todos los giros  
The issuing bank agrees with the endorsers, drawer and holder in good faith of all drafts, drawn under and to conform with  
expedidos al momento de este crédito, que tales giros serán debidamente honrados a su presentación acompañados  
issued at the time of this credit, that such drafts will be duly honored upon presentation and delivery of documents as specified,  
dos de los documentos ajustados estricto y literalmente a los términos y condiciones de este crédito.  
to the documents

Agreement  
Very truly yours

**PIENA AUTORIZADA**  
**APPROVED SIGNATURE**  
MONEDA APLICABLE TO THE WITHIN SIGNATURE CREDIT.

IMPRESIONES APLICABLES AL CREDITO AGRICOLA

A present que recomendamos a ustedes para el uso de esta Carta de Crédito en el "Formulario de Crédito" para el Comercio Exterior, emitido por el Banco de México, D.F. en el mes de Septiembre de 1971, y que el mismo se encuentra disponible en el "Directorio de Comercio Exterior" del Gobierno Mexicano.

Under reference to the fact that this credit is subject to the "Uniform Customs and Practice for Documentary Credits" (Latest Issue) by the International Chamber of Commerce, for the purposes of which, certain conditions referred to in the general description of this credit included in the "Bankers' Handbook Foreign Exchange 1971".

Fuente: Asociación de Banqueros de México,  
"ABC de las Exportaciones"  
México, D.F. Noviembre 1971. p.13

Anexo 4, (Gráfico 5)

CARTA DE CREDITO REVOLVENTE CONDICIONADA

INSTITUCION BANCARIA MEXICANA  
DIRECCION \_\_\_\_\_

Aviso No. \_\_\_\_\_  
Admisión No. **SC-105**

RESERVA INDELEGABLE DE RESPONSABILIDAD  
RESERVATION OF IRREVOCABLE LIABILITY

• ARTESANOS UNIDOS DE MEXICO  
• GUADALAJARA, JAL.

Recibido del **BANCO DE SAN DIEGO**  
Issued from **SAN DIEGO, CALIFORNIA**  
Septiembre 30 de 1971

May referential numeral.

For the  
Newspaper instructions per: **BANCO DE SAN DIEGO,**  
San Diego, Calif. U.S.A.

Para emitir a ustedes que ellos han abierto el Crédito Irrevocable Revolvente No. 367 MB  
to issue you that they have opened this irrevocable credit revolving  
a su favor, por cuenta del Mexican Inc. - San Diego, Calif.  
in your favor, for account of  
hasta por una suma que no excederá de Dhs. \$100,000.00 Revolventes mensuales, no acumulables  
to an amount amount of  
disponible mediante sus letras o: la vista a cargo del: Banco de San Diego,  
available by your drafts or sight San Diego Calif. U.S.A.  
acompañados de:  
accompanied by:

- 1o.- Factura Comercial expedida en original y dos copias firmadas.
- 2o.- Conocimiento de embarque de Ferrocarril o camión en original y una copia, expedidos a la orden de Oscar Fernández, agente aduanal, marcados "Flete por Cobrar" y mostrando embarques desde cualquier punto de México a Mexicali, B.C. Embarques parciales permitidos. Seguro tomado por comprador. Estos documentos deberán evidenciar el embarque de "Curiosidades Mexicanas en General", F.O.B. punto de embarque. El banco negociador deberá enviar al agente aduanal los originales de los documentos y el resto al Banco de San Diego, Atención Depto. de Créditos Comerciales.

NOTA: Como esta carta de crédito no es confirmada por nosotros, no implica ninguna responsabilidad de nuestra parte, haciéndonos la notificación como una atención al banco ordenante y a ustedes, pero estamos en la mejor disposición para atender la negociación de este crédito.

Las giras deberán ser giradas o negociadas en o antes de: Abril de 1972.

Drafts must be drawn and negotiated on or before:

Cada giro deberá mostrar la cláusula "Girado bajo carta de Crédito No. 367MB/SC-105

Each draft must bear the clause "Issued under letter of credit No.

de **BANCO DE SAN DIEGO,** de fecha **Septiembre 30 de 1971** y su importe  
of **San Diego, Calif. U.S.A.** dated **September 30 de 1971** and its amount

deberá ser emitido al reverso de esta Carta de Crédito por el Banco o Bancos negociadores,  
must be issued on the back of this letter of credit by negotiating bank of San Diego.

El Banco emisor se compromete con los giradores endosantes y tenedores de buena fe de todos los giros  
The issuing bank assumes with the endorsers, drawers and holders in good faith of all drafts, drawn under and its acceptance with  
expedidos al amparo de este crédito, que tales giros serán debidamente honrados a su presentación, acompaña-  
the issue of this credit, that such drafts will be duly honored upon presentation and demand of payment in specified  
dos de los documentos ajustados estricto e íntegramente a los términos y condiciones de este crédito.  
to the drafts.

Atentamente  
Very truly yours

OFICINA AUTORIZADA  
AUTHORIZED SIGNATURE

REGISTRATION APPLICABLE TO THE ISSUING BANKS ONLY.

REGISTRATION APPLICABLE TO THE ISSUING BANKS ONLY.

A credit card arrangement is available from 1968 under the terms of the "Uniform Customs and Practice for Documentary Credits" issued by the International Chamber of Commerce, Inc. and the International Bank for Reconstruction and Development, Inc. (the "Uniform Customs and Practice for Documentary Credits, 1968") and the "Uniform Customs and Practice for Documentary Credits, 1968" issued by the International Chamber of Commerce, Inc. and the International Bank for Reconstruction and Development, Inc. (the "Uniform Customs and Practice for Documentary Credits, 1968").

Under certain circumstances this credit is subject to the "Uniform Customs and Practice for Documentary Credits" issued by the International Chamber of Commerce, Inc. and the International Bank for Reconstruction and Development, Inc. (the "Uniform Customs and Practice for Documentary Credits, 1968") and the "Uniform Customs and Practice for Documentary Credits, 1968" issued by the International Chamber of Commerce, Inc. and the International Bank for Reconstruction and Development, Inc. (the "Uniform Customs and Practice for Documentary Credits, 1968").

Fuente: Asociación de Banqueros de México,  
"ABC de las Exportaciones"  
México, D.P. Noviembre 1971, p.14

## ESQUEMA INTEGRAL DE FINANCIAMIENTO PROMOCIONAL

### CRITERIOS GENERALES

<p><b>EMPRESARIOS:</b></p>	<p>EMPRESAS CON CAPITAL MAYORITARIAMENTE NACIONAL.</p>
<p><b>PRODUCTOS:</b></p>	<p>SUSCEPTIBLES DE SER APOYADOS POR FOREX CON UN MÍNIMO DE 30% DE INTEGRACION NACIONAL, EN CASO DE SERVICIOS ESTOS DEBERAN CUBRIR UN MÍNIMO DE 30% DE INGRESO NETO DE DIVISAS SOBRE EL COSTO TOTAL DEL PROYECTO.</p>
<p><b>MONTOS:</b></p>	<p>MONTO MÍNIMO A FINANCIAR 2,200 DOLARES, EXCEPTO CUANDO SE TRATE DE CAPACITACION, VIAJE DE PROMOCION, ENVIO DE MUESTRAS Y COPIA DE BASES DE LICITACIONES INTERNACIONALES.</p> <p>MONTOS MÁXIMOS: - 100 MIL DOLARES PARA LAS AREAS DE PROMOCION BANCOMEXT.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- HASTA 200 MIL DOLARES PARA FINANCIAMIENTOS CONVULZADOS POR LA BANCA Y PRIMER PISO PREVIA AUTORIZACION DE BANCOMEXT.</li> <li>- EXPORTADORES POTENCIALES HASTA EL 20% DE SUS VENTAS TOTALES DEL ULTIMO AÑO, EN CASO DE NO PRESENTAR VENTAS EL MONTO DEL FINANCIAMIENTO SE SUJETARA A CONSIDERACION DE BANCOMEXT.</li> <li>- EXPORTADORES TRADICIONALES HASTA EL 35% DE SUS EXPORTACIONES DEL ULTIMO AÑO</li> <li>- EN CASOS DE EMPRESAS DE COMERCIO EXTERIOR EL FINANCIAMIENTO NO PODRA SER MAYOR AL 25% DEL COBERTO DE PROGRAMAS ANUALES DE EXPORTACION DE LAS EMPRESAS SOCIAS.</li> </ul>
<p><b>OTROS:</b></p>	<p>PRESENTAR SOLICITUD Y DEMAS DOCUMENTACION REQUERIDA EN LOS FORMATOS ESTABLECIDOS.</p> <p>PROGRAMA ANUAL Y REPORTE TRIMESTRAL DE EXPORTACIONES.</p> <p>CONFIRMACION DEL CREDITO MEDIANTE EVIDENCIAS DE GASTOS EFECTUADOS.</p> <p>MUESTRA CAPACIDAD Y/O CONSOLIDACION DE OFERTA EXPORTABLE.</p> <p>COMPROMISO DE EXPORTAR COMO MÍNIMO EL 80% DE SU PROGRAMA ANUAL DE EXPORTACIONES.</p> <p>PRESENTAR IMPORTE DE ACTIVIDADES PROMOCIONALES CUANDO SEA REQUERIDO POR EL EJECUTIVO CUENTA BANCOMEXT</p>

Anexo 4, (Gráfico 7)

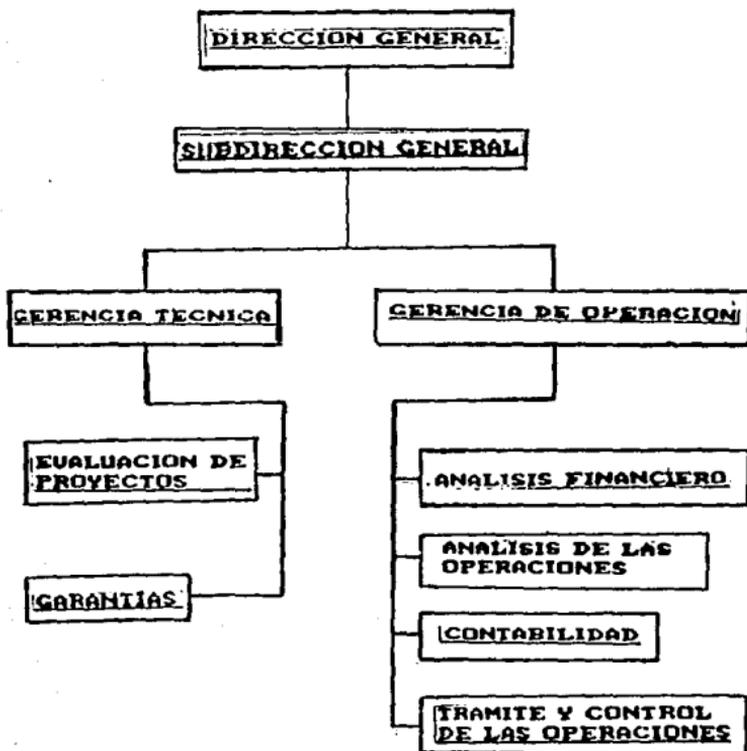
ACCIONES ESTRATEGICAS

ACCION	GASTOS SUSCEPTIBLES DE APOYO	CONDICIONES	PLAZO	MUNTO	TIPOS
ESTUDIOS DE MERCADO	SECCIONES DE INVESTIGACIONES TRANSPORTACION	QUIEN REALICE EL ESTUDIO DEBERA ESTIMACIONAR CAPACIDADES TECNICAS (COMERCIALES).		100% O PLAZOS DE HASTA UN AÑO	
ESTUDIOS PARA MEJORAR PRODUCCION Y SERVICIOS	SECCIONES DE VIDA ASISTORIA EXTERNA ACTS ADMINISTRATIVOS	PROGRAMAS PERMANENTES; DEBERAN EXPORTAR GRANDES CANTOS DE LAS UNIDADES TOTALES. COMPROMISO DE EXPORTAR EN DOLARES Y DURANTE LOS DOS AÑOS SIGUIENTES UN MONTO MINIMO IGUAL AL DOBLE DEL FINANCIAMIENTO RECIBIDO. CONTAR CON EXPERIENCIA EXPORTADORA O CON UN ESTUDIO DE MERCADO.	100 DIAS; NO MANUFACTURADOS  DOS AÑOS; MANUFACTURADOS	5% O PLAZOS SUPERIORES A UN AÑO	DURANTE 1 PRIMEROS SEIS MES Y HASTA UNO DE MIL DOLA A LA Y QUE TIJE MIL.
ASISTORIA	INSCRIPCION COLEGIATURA TRANSPORTACION VIATICOS	EN EL PROCESO DE PRODUCCION Y COMERCIALIZACION DE LA EXPORTACION. EN EL VISO Y CONTROL DE CALIDAD DE BIENES Y SERVICIOS DE EXPORTACION. INCLUYE PERSONAL EXTRANJERO QUE MANEJE EQUIPOS Y PRODUCTOS FABRICADOS EN MEXICO. PROGRAMA DE CAPACITACION Y COMPROMISO DE EXPORTAR EN DOLARES Y DURANTE LOS DOS AÑOS SIGUIENTES UN MONTO MINIMO IGUAL AL DOBLE DEL FINANCIAMIENTO RECIBIDO. TENTAMBORRE DE CAPACITACION EN EL EXTRANJERO EL MONTO MINIMO SERA EL TRIPLE DEL FINANCIAMIENTO RECIBIDO.		5%	PLAZO Y TO SERVIC DE TRABA MEX PERCE TACION DE SABLE CAL SEIS MES
ASISTORIA	CONFERENCIAS DE TECNICOS TRANSPORTACION VIATICOS SECCIONES DE VIDA COSTO Y/O RENTA DEL EQUIPO DE TRABAJO	LA SUBMISION SE DESTINARA A PRODUCTOS O SERVICIOS DE EXPORTACION, NO DEBERAN EXCEDER EL MONTO DE LOS SALARIOS QUE FORMAN EL COSTO DE LA FUERZA DE OBRERA CONTINUA EN EL COSTO DIRECTO DE PRODUCCION DE LOS BIENES O SERVICIOS A EXPORTAR (FORMULARIO FVS).	100 DIAS; NO MANUFACTURADOS  UN AÑO; MANUFACTURADOS		

Anexo 4, (Grafico 8)  
ACCIONES DE DIFUSION Y PROMOCION

ACCION	GASTOS SUSCEPTIBLES DE AVOYO	CONDICIONES	PLAZO	MONTO	USOS
VIAJES DE PROMOCION	TRANSPORTACION	ITINERARIO Y PRESUPUESTO DE VIAJES A REALIZAR.	100 DIAS		50% TASA PORCENTAJE EXPORTACION
ESTUDIO DE INVESTIMIENTOS	COSTO DE LA INVESTIGACION Y ESTUDIO SEGURIDAD		100 DIAS EQUIVALENTES HASTA POR 200 PARA PROMOCION DE INVESTIMIENTOS A SECTORES PRODUCTIVOS	100%	DEBANTE LA FERIA DE ESTOS SECTORES Y HASTA MONTO MAXIMO DE 1 MIL DOLAR A LA TIENE FIJE 1 MEX.
LICITACIONES INTERNACIONALES	COSTOS INHERENTES AL CONCURSO Y LA EJECUCION DE LA LICITACION COMPRAS DE Bienes	SE DEBERA INFORMAR EL MONTO APROBADO DE LA LICITACION EN CASO DE GANAR LA LICITACION. INDEPENDIENTEMENTE DE QUE SE GANE EL CONCURSO DEBERA COMPROMETERSE A EXPORTAR EN DOLARES Y DEPOSITAR EN 90 DIAS DESDE EL FIN DEL PROCEDIMIENTO AL MONTO DE LOS GASTOS EFECTUADOS EN EL EXTERIOR, EXCEPTO ENTAMPORES DE COMPRAS DE BIENES.		50%	PLAZO Y MONTO DESECCION DE TASA 1 MEX PRECISO TACION SEA SABLE CUM 50% MES 1
FERIAS INTERNACIONALES	RENTA, BIVISIO, HONORARIOS Y SEGURITATE DEL MONTO DE EXHIBICION.	PARA FERIAS INTERNACIONALES QUE NO SE INCLUYAN EN EL PROGRAMA DE EVENTOS MANCONEIT	100 DIAS MANUFACTURADOS		PLAZO Y MONTO DESECCION DE TASA 1 MEX PRECISO TACION SEA SABLE CUM 50% MES 1
PUBLICIDAD	FACTURA DE LOS GASTOS PUBLICITARIOS MATERIAL PROMOCIONAL	Bienes y servicios competitivos en precio y calidad, de acuerdo a satisficiera la demanda de consumidores finales. CONTIENAN Y/O ANTECEDENTES DE LA EMPRESA DE PUBLICIDAD, ASUMEN DE QUE NO DEBERA SER FILIAL DE LA SOLICITANTE.	90 DIAS MANUFACTURADOS	100% PLAZO DE MONTO UN AÑO 50% PLAZO DE MONTO 100% A UN AÑO	
DEFERENCIA COM. EXT. (GASTOS LEGALES)	FACTURA DEL PAGO DEL CONTRATO	PRESUPUESTO, CALENDARIO DE PAGOS O EFICIENCIA DE GASTOS. PROGRAMA DE EXPORTACION PARA LOS SIGUIENTES DOS AÑOS.			

## ORGANIGRAMA ACTUAL DE FOMEX



**APOYO PARA EL ENVIO DE MUESTRAS AL EXTRANJERO**

**INSTITUCION QUE LO AUTORIZA:**

BANCO NACIONAL DE COMERCIO EXTERIOR, S.N.C.

**UNIDAD INTERNA:**

COMISION DE SERVICIOS AL EXPORTADOR  
0  
COMISION REGIONAL DE PROMOCION

**OBJETO:**

Promover, diversificar y fomentar la exportacion de productos mexicanos, facilitando con estas ociones el acceso de nuevos exportadores a los mercados internacionales y, por consiguiente, estimular la produccion.

**FUNDAMENTO LEGAL:**

Convenio celebrado el 29 de marzo de 1968, entre Cia. Mexicana de Aviacion S.A. DE C.V. y Banco Nacional de Comercio Exterior, S.N.C.

**CONDICIONES:**

Beneficio:

Transporte aereo hasta 18 lbs., o su equivalente en volumen o razon de 8.006 m<sup>3</sup> por lb., sin pago del costo del flete.

Este servicio unicamente se puede proporcionar a traves de la Cia. Mexicana de Aviacion, S.A. DE C.V...

Las muestras en cuestion solo podran enviarse a las ciudades en el extranjero a donde opere directamente la linea mencionada (ver relacion anexa).

Beneficiarios:

Personas naturales (empresas) que pretendan comercializar sus productos en el extranjero.

**REQUISITOS:**

1. Que la muestra en cuestion no sea un articulo prohibido para su transportacion aerea.
2. Si la muestra es un articulo restringido para su transporte aereo, cumplir con los requisitos exigidos por la linea.
3. Si la muestra requiere de algun permiso, autorizacion o documento adicional para que se autorice su exportacion, el interesado lo obtendra previamente ante la autoridad competente.
4. De mismo tipo de muestra se podra enviar por esa ocasion a su destinatario y esta solo tendra el proposito de promover exportaciones.
5. La muestra debera ir acompañada de la factura correspondiente, indicando la leyenda "Muestras sin valor comercial, valor solo para efectos de aduana".
6. El beneficiario liquidara el costo del viaje aéreo a la linea aerea al momento de documentar el embarque en sus oficinas de carga.
7. El tramite aéreo no debere realizarse por medio de ninguna agencia aérea, sino directamente por

**PUENTE:**

BANCO NACIONAL DE COMERCIO EXTERIOR S.N.C. .  
BANCA DE DESARROLLO

CIA. MEXICANA DE AVIACION S.A. DE C.V.  
LINEA AEREA

CANTON O SANTA TERESA NO. 1879. COL. JUARDINES DEL FEDERAL  
DEL ALVARO OBISPO, MEXICO D.F.. 01000 AP. 134-25  
TEL. 568 21 22 EXT. 1699-1691-1611. TELEF. 17 64189 17 64188

Anexo 4, (Gráfico 11)

PROGRAMA DE EVENTOS INTERNACIONALES 1989 - 1990

FERIAS Y EXPOSICIONES	SECTOR	PAIS Y CIUDAD	FECHA LIMITE DE INSCRIPCION
- NATIONAL FOOTWEAR SHOW, FEBRERO 11-14	CALZADO	NUYVA YORK, E.U.A.	ENERO 4
- FERIA INTERNACIONAL DE LEIPZIG, MEXICO 12-14	PLURISECTORIAL	LEIPZIG, R.D.A.	ENERO 20
- OIL EXPO CHINA '89 MARZO 13-18	EQUIPO PETROLERO	BEIJING REP.POPULAR DE CHINA	ENERO 21
- SOUTH FURNITURE EXPO ABRIL 6-14	MUEBLES Y ACCESORIOS	HIGH POINT E.U.A.	FEBRERO 6
- FERIA INTERNACIONAL DE BEIJING JULIO 14-23	PLURISECTORIAL	BEIJING REP.POPULAR DE CHINA	ABRIL 12
- NATIONAL FOOTWEAR SHOW AGOSTO 5-8	CALZADO	NEW YORK E.U.A.	ABRIL 14
- EXPOSICION NACIONAL DE FERRETERIA AGOSTO 13-16	FERRETERIA	CHICAGO E.U.A.	ABRIL 23
- NEW YORK INTERNATIONAL GIFT SHOW AGOSTO 13-16	ARTICULOS DE REGALO Y DECORACION	NEW YORK E.U.A.	ABRIL 23
- APPA SHOW '89 AGOSTO 28-31	PARTES Y ACCESORIOS AUTOMOTRICES	LAS VEGAS E.U.A.	ABRIL 29
- MERCADO MUNDIAL DE LA ALIMENTACION AMUN '89 OCTUBRE 14-19	ALIMENTOS Y BEBIDAS	COLONIA R.F.A.	ABRIL 23
- SEMANA INTERNACIONAL DEL CUIDO SEPTIEMBRE 16-19	PINTURAS, SUELOS Y CARPANAS	PARIS FRANCIA	ABRIL 25
-11a. FERIA INTERNACIONAL DE ECRANON OCTUBRE 1-12	PLURISECTORIAL	GUAYAMIL ECUADOR	JULIO 2
- SALON INTERNACIONAL DEL LIBRO SEPTIEMBRE 28 - OCTUBRE 3	LIBROS, REVISTAS Y DECRETOS DE AUTOS	MADRID ESPAÑA	JULIO 12
- FERIA INTERNACIONAL DEL LIBRO DE FRANCOFONIA OCTUBRE 4-9	LIBROS Y REVISTAS	FRANCOFONIA R.F.A.	JULIO 28
- CONTRACT MANUFACTURES EXPO CHE '89 OCTUBRE 10-12	SUBCONTRATACION Y MAQUILA	DETROIT E.U.A.	JULIO 21
-11b. SALON DE LA MODA MEXICANA EN CANADA OCTUBRE	PEDIDOS DE VESTIR Y ACCESORIOS	MONTEAL CANADA	JULIO 21
- FERIA INTERNACIONAL DE GUATEMALA OCTUBRE 31 - NOVIEMBRE 13	PLURISECTORIAL	GUATEMALA GUATEMALA	AGOSTO 1
- EXPOSICION NACIONAL DE MATERIALES PARA LA CONSTRUCCION MAR '89 ENERO 12-16 1990	MATERIALES PARA LA CONSTRUCCION	ATLANTA E.U.A.	SEPTIEMBRE 29
- BIG 1 FEBRERO 28 - MARZO 2 1990	PARTES Y ACCESORIOS AUTOMOTRICES	CHICAGO E.U.A.	NOVIEMBRE 29



(Anexo 5, Gráfico 1)

CCA/15/88/ No/ 108  
Ref. 12.18

9 de diciembre de 1988

SR. FRANCISCO GALINDO RUIZ  
Presidencia  
COMERCIALIZADORA GALINDO, S.A. DE C. V.  
Silverry No. 1204  
Colonia San Pedro (ex-Hotel)  
Boulevard Gustavo A. Romero  
México, Distrito Federal

Asunto: Caso de infracción

La atención al interés que muestra esa empresa en exportar los productos que manufactura al extranjero de nuestra fabricación, sírvase suministrar relación al presente relación que contenga los datos de comprobación patenciales de artículos similares a los que ofertan.

Estimamos conveniente estable comunicación directa con las empresas relacionadas, a fin de que las proporcionen catálogos, muestras, cotizaciones y toda aquella información que usted considere conveniente. Superfluo que dicha información sea enviada en idioma inglés, lo cual facilitará las ampliaciones correspondientes.

Apreciamos sus atenciones informando de las gestiones que intenten, a fin de poder seguirlos apoyando en este proyecto.

Si otro particular, aprovechamos la ocasión para solicitarle un cordial saludo.

Atentamente



J. C. Pineda  
Consejero Comercial de México

At: gm  
Anexo 5

CONSEJERIA COMERCIAL DE MEXICO

TRADE COMMISSION OF MEXICO

8484 Wilshire Boulevard, Suite 408  
Beverly Hills, California 90211

Tel: (213) 852-4450  
Telex: 07-4613 MEXI DTH

(Anexo 5, Gráfico 2)



**BANCO NACIONAL DE COMERCIO EXTERIOR, S.N.C.**  
BANCA DE DESARROLLO  
Calle de Santa Teresita No. 1679  
21000 México, D. F.

Deposito Abierto al Público  
Tel. 562 11 22

AP/1141/88

Dirección de Asistencia al Exportador  
Gerencia de Servicios al Exportador  
Apoyos Financieros Promocionales

México, D. F., 13 de diciembre de 1988

CORPORACION CALINDO, S. A. DE C. V.  
SALAVERRY 1204  
COL. SAN PEDRO ZACATENCO  
07360 MÉXICO, D. F.

15453

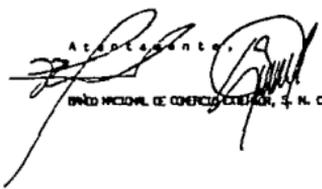
At'n.: ING. FRANCISCO CALINDO GARCIA,  
Director de Operaciones.

En continuidad a la difusión internacional a través de nuestras Consejerías Comerciales en el extranjero, anexo nos permitimos enviar a su amable atención, la relación de posibles compradores de su producto, captados por nuestra Consejería Comercial en Nueva York y donde fue distribuido su material promocional, elaborado con el apoyo de esta Institución.

Sugerimos se lleven a cabo las acciones necesarias para continuar la promoción de sus productos en el extranjero.

Sin otro particular de momento, nos despedimos de ustedes.

Atentamente,

  
BANCO NACIONAL DE COMERCIO EXTERIOR, S. N. C.

  
E.A. GARCIA

(Anexo 5, Gráfico 3)



# SPiRiT DISCOUNTS

87-31 87th STREET, WOODHAVEN, NEW YORK, U.S.A. 11421

(718) 805-1163

*Import • Export*

Corporacion Galindo, S.A. DE C.V.  
Salaverry 1204, San Pedro Tacatanco  
07360 Mexico, D.F. MEXICO  
ATTN. Francisco Galindo

Gentlemen:

Always seeking new products, we are very interested in doing business with your firm. Please send information on your complete line of products, ordering information, quantity prices, method of payment and expected lag time between receipt of order and date of delivery. Please include us on your future mailing lists. We are a distributor dealing with flea market vendors, retail outlets, as well as direct mail-order.

Rec'd  
14 Nov 1988  
[Signature]

R.A.H./jm

*Have a Great Day*

*Ron Hamilton*  
RON HAMILTON  
General Manager

FF: European-American Bank, N.Y.

E.L.N. 11-2851487

(Anexo 5, Gráfico 4)

 **INTERFREE  
TRADE  
INC.**

10648 Guadalupe, Suite 2  
San Antonio, Texas 78216  
U.S.A.  
Area Code 512-525-6368  
Telex 4932815 INTFREE  
Fax 512-525-0053

11 de Junio de 1988

Sr. Francisco Galindo Garcia  
CORPORACION GALINDO, S.A. DE C.V.  
Salisbury No. 1104  
Col. Ampliacion San Pedro  
Iacatanco, Delegacion Gustavo A. Madaro  
07180 México, D.F.

Estimado Sr. Galindo:

Me dió mucho gusto haber tenido la oportunidad de tratar con usted en la entrevista que tuvimos en la Ciudad de México.

Confirmamos nuestro interés en estudiar la posibilidad de comercializar sus productos en el extranjero sobre las bases que le dimos a conocer.

Claro está que para proceder a efectuar la investigación preliminar necesitamos recibir su aviso respecto a su ausencia para celebrar con nosotros un contrato de exportación.

Quedamos a sus espectables órdenes y sin más por el momento, nos repetimos como sus atentos amigos y servidores.

Atentamente,

INTERFREE TRADE, INC.

  
Alfonso Estrada  
Presidente

cc: Eca. Peggy Watson  
Escuela Profesional, S.A. de C.V.  
Número 133, Piso 1  
11360 México, D.F.

*An Associate of Transcom International, Inc. An Export-Import Trading Company*

(Anexo 5, Gráfico 5)

NEW YORK, DICIEMBRE 2 de 1988.-

Senores  
CORPORACION GALINDO S.A.  
Apartado Postal 9,  
LA FLOUIDA,  
EDO. DE MEXICO C.P. 53160

 **ADICON**  
CONSULTANTS: INDUSTRY & COMMERCE  
IMPORT - EXPORT  
PO BOX 1181, NEW YORK, N.Y. 10111  
TEL. (212) 542-6818  
TELEX 4978673 ADM. US

Muy Senores nuestros:

Att. Mr. Francisco Galindo.

Habiendonos proporcionado el TRADE COMMISSION OF MEXICO en New York, su Catalogo de "Casitas de muñecas AMA DITA", nos permitimos dirigirnos a Uds. sobre este particular.-

Para su mejor gobierno, nos permitimos informarles que somos IMPORTADORES Y DISTRIBUIDORES AL POR MAYOR, que vendemos a Sub-Distribuidoras, Almacenes y tiendas, siendo nuestro principal punto de venta las Ferias-Exposiciones del ramo o afines, como ser la INTERNATIONAL TOY FAIR, INTERNATIONAL GIFT FAIR, en las cuales actuamos como Expositoras en nuestros propios stands en la Feria del Juguete y en la Feria del Regalo en los stands de las Compañias que representamos en USA.-

Las Ferias antes mencionadas, se realizan en New York, en el Jacob. K. Javita. Convention Center y los proximos eventos son: GIFT FAIR, Enero 29 al Febrero 2 de 1989; TOY FAIR, Febrero 17 al 19 de 1989.- Despues de estas Ferias, asistimos a varias mas, como ser KIDS Fashion, en calidad de Oferentes de las lineas que tenemos.-

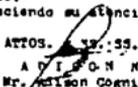
Actualmente nuestra principal linea es la de Juguetes de madera, de buena calidad, cuyo precio promedio va de medio a alto, linea que inoluye una Doll House, que importamos de Europa, de ahí nuestro interes en sus Casitas Ama Dita, ya que estamos vendiendo muy bien este item y nos agradaria agregar otro modelo.-

Aprovechamos para consultarles si hay otros productos para niños dentro de su fabricacion que pudieran interesarnos, por favor proporcionarnos esta informacion.-

Tambien les agradeceremos nos proporcionen sus precios F.O.B. MAXIMOS descuentos disponibles y toda otra informacion util sobre este particular.-

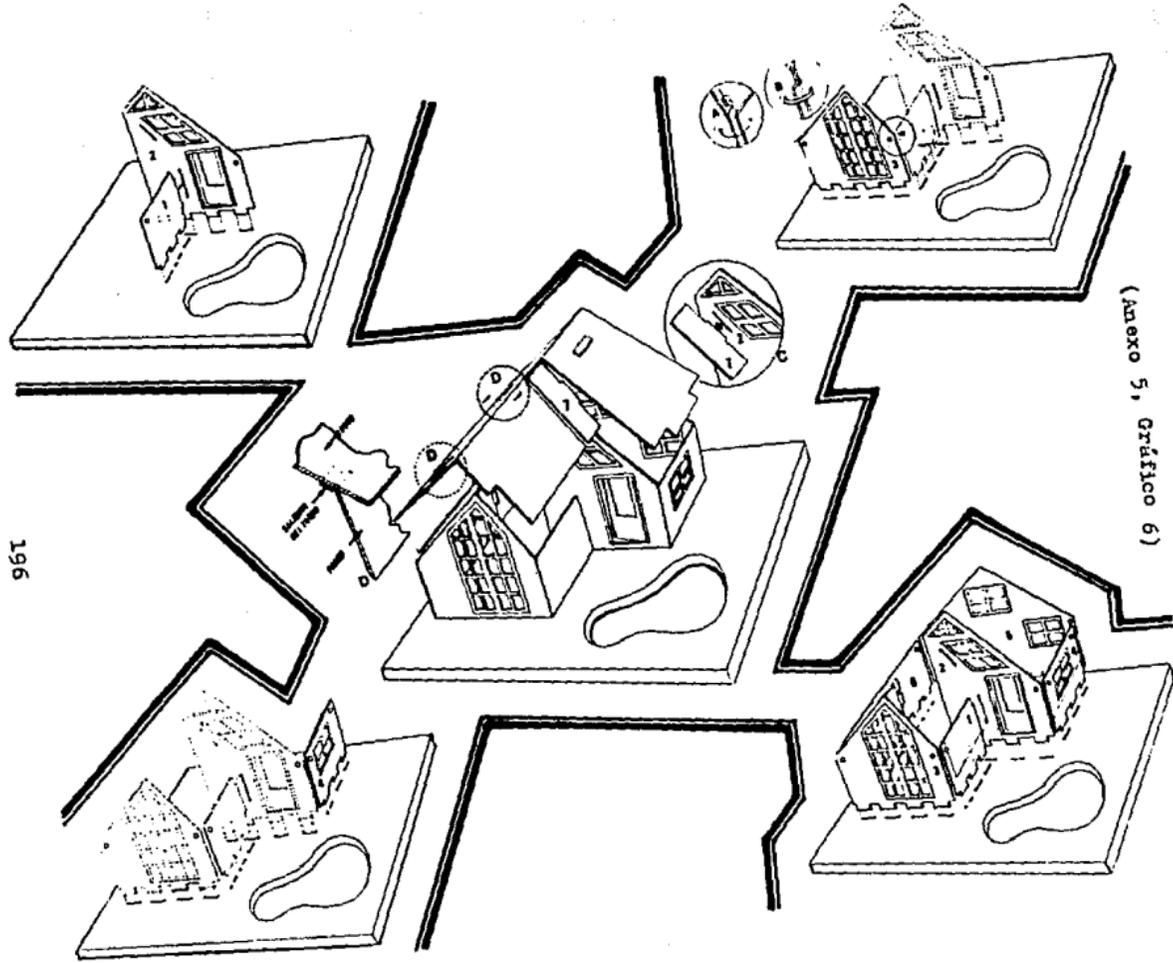
Nuestro primer comentario es que encontramos alto su minimo exigido, sobre todo al principio, pero repetimos tenemos interes en su producto y creemos tiene buenas posibilidades, dependiendo basicamente en el asunto precio. Si no logramos tomar sus minimos y/o Uds. no llegamos a encontrar otra Compañia en USA. y Uds. estan realmente interesados en promocionar sus productos aca, nos permitimos sugerir buscarnos un arreglo para probarlos seriamente en la Feria del Juguete en nuestro Stand. Agradecemos sus comentarios al respecto.-

Sin otro particular, agradeciendo su atencion, nos es grato suscribirnos de Uds. como sus

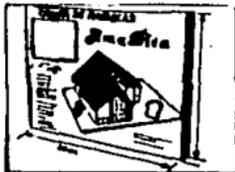
ATTOS. :SS.

A D I C O N NY.  
Mr. Adison Cognian

AC/cam.



(Anexo 5, Gráfico 6)



CASITA 4 PISO  
BAMBOLÉ

**Características**

• La casita es de plástico rígido y se juega con ella a las muñecas. Incluye cuatro muñecas de plástico y los muebles necesarios de plástico para hacer funcionar a las muñecas en el interior de la casa. Incluye un juego de ropa para las muñecas y un juego de platos y vasos de plástico. Incluye un juego de platos y vasos de plástico. Incluye un juego de platos y vasos de plástico.

**La Casita, contiene:**

• 1 casa de plástico con una planta (20 x 30 cm) - 1 juego de 4 muñecas de plástico - 10 muebles de plástico para hacer funcionar a las muñecas en el interior de la casa - 1 juego de platos y vasos de plástico.

**Unidad 4 piso de la Casita.**

• Edad: 3 a 6 años - Incluye 4 muñecas con 10 - 15 años.

**Unidad 3 piso de la Casita.**

• Edad: 3 a 6 años - Incluye 4 muñecas con 10 - 15 años.

**Unidad 2 piso de la Casita.**

• Edad: 3 a 6 años - Incluye 4 muñecas con 10 - 15 años.

**Unidad 1 piso de la Casita.**

• Edad: 3 a 6 años - Incluye 4 muñecas con 10 - 15 años.

**Unidad 0 piso de la Casita.**

• Edad: 3 a 6 años - Incluye 4 muñecas con 10 - 15 años.

**Unidad 5 piso de la Casita.**

• Edad: 3 a 6 años - Incluye 4 muñecas con 10 - 15 años.

**Unidad 6 piso de la Casita.**

• Edad: 3 a 6 años - Incluye 4 muñecas con 10 - 15 años.

**Unidad 7 piso de la Casita.**

• Edad: 3 a 6 años - Incluye 4 muñecas con 10 - 15 años.

**Unidad 8 piso de la Casita.**

• Edad: 3 a 6 años - Incluye 4 muñecas con 10 - 15 años.



CORPORACION GALINDO S.A. de C.V.



Apartado Postal No. 9  
La Florida Edo. de México  
C.P. 53160  
Telex 1774349 PBTHME  
Tel. 586-0322



CASA DE MUÑECAS  
DOLL HOUSE

**Ama Dita**



(ANEXO 5, GALINDO 7)



CORPORACION GALINDO S.A. de C.V.



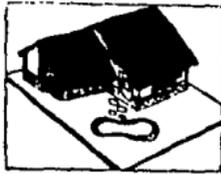


Fig. 1-10

**Fig. 1-10**  
 A small, rectangular electronic device with a coiled cable attached to its side, resting on a flat surface.

**Fig. 1-11**  
 A small, rectangular electronic device with a coiled cable attached to its side, resting on a flat surface.

**Fig. 1-12**  
 A small, rectangular electronic device with a coiled cable attached to its side, resting on a flat surface.

**Fig. 1-13**  
 A small, rectangular electronic device with a coiled cable attached to its side, resting on a flat surface.

**Fig. 1-14**  
 A small, rectangular electronic device with a coiled cable attached to its side, resting on a flat surface.

**Fig. 1-15**  
 A small, rectangular electronic device with a coiled cable attached to its side, resting on a flat surface.

**Fig. 1-16**  
 A small, rectangular electronic device with a coiled cable attached to its side, resting on a flat surface.

**Fig. 1-17**  
 A small, rectangular electronic device with a coiled cable attached to its side, resting on a flat surface.

The first of the three is a...  
 The second of the three is a...  
 The third of the three is a...



CASA DE MÚSICAS

**Fig. 1-18**  
 A small, rectangular electronic device with a coiled cable attached to its side, resting on a flat surface.

**Fig. 1-19**  
 A small, rectangular electronic device with a coiled cable attached to its side, resting on a flat surface.

**Fig. 1-20**  
 A small, rectangular electronic device with a coiled cable attached to its side, resting on a flat surface.

**Fig. 1-21**  
 A small, rectangular electronic device with a coiled cable attached to its side, resting on a flat surface.

The first of the three is a...  
 The second of the three is a...  
 The third of the three is a...

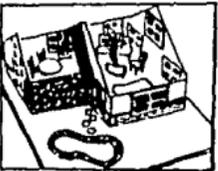


Fig. 1-22

**Fig. 1-22**  
 A more complex electronic device with various components, buttons, and a coiled cable, possibly a portable radio or communication device.

**Fig. 1-23**  
 A more complex electronic device with various components, buttons, and a coiled cable, possibly a portable radio or communication device.

**Fig. 1-24**  
 A more complex electronic device with various components, buttons, and a coiled cable, possibly a portable radio or communication device.

**Fig. 1-25**  
 A more complex electronic device with various components, buttons, and a coiled cable, possibly a portable radio or communication device.

**Fig. 1-26**  
 A more complex electronic device with various components, buttons, and a coiled cable, possibly a portable radio or communication device.

**Fig. 1-27**  
 A more complex electronic device with various components, buttons, and a coiled cable, possibly a portable radio or communication device.

**Fig. 1-28**  
 A more complex electronic device with various components, buttons, and a coiled cable, possibly a portable radio or communication device.

**Fig. 1-29**  
 A more complex electronic device with various components, buttons, and a coiled cable, possibly a portable radio or communication device.

**Fig. 1-30**  
 A more complex electronic device with various components, buttons, and a coiled cable, possibly a portable radio or communication device.

**Fig. 1-31**  
 A more complex electronic device with various components, buttons, and a coiled cable, possibly a portable radio or communication device.

CASA DE MÚSICAS

**PLEASE SEND ME MORE INFORMATION ABOUT YOUR PRODUCTS.**



NAME (PLEASE PRINT) POSITION IN COMPANY

COMPANY

ADDRESS

CITY COUNTRY

(Anexo 5, Gráfico 9)

**Cuernavaca Trading Co.**  
(Asesoría Integral en Importación y Exportación)  
Centro Las Plazas Suite 114  
52000 CUERNAVACA, Mor.  
Tel. (73) 14-1298, (73) 13-2291  
Vera Aida González, Directora General.

**Represented Companies and Their Products**

**Empresas Representadas y sus Productos**

**Aluceps Mexicana S.A. de C.V.**  
Metal and plastic closures / Tapes de metal y plástico.

**Corporacion Galindo S.A. de C.V.**  
Doll houses and toys / Casas de muñecas y juguetes de madera.

**Botas Zapata S.A. de C.V.**  
Cowboy boots / Botas vaqueras.

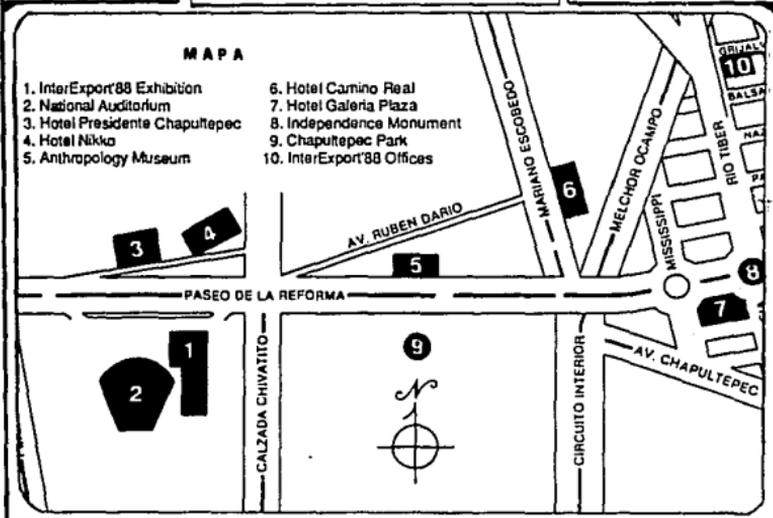
**Cerámica de Cuernavaca S.A. de C.V.**  
Ceramic and porcelain items / Artículos de cerámica y porcelana.

**Fábrica de Casimires Rivetex S.A. de C.V.**  
High wool and silk fabrics / Casimires finos de lana y seda.

**Gelcaps Exportadora de México S.A. de C.V.**  
Soft gelatin capsules / Cápsulas de gelatina blanda.

**MAPA**

1. InterExport'88 Exhibition
2. National Auditorium
3. Hotel Presidente Chapultepec
4. Hotel Nikko
5. Anthropology Museum
6. Hotel Camino Real
7. Hotel Galería Plaza
8. Independence Monument
9. Chapultepec Park
10. InterExport'88 Offices



(Anexo 5, Gráfico 10)

MEET US AT INTERNATIONAL GIFT FAIR  
AUGUST 12 - 16

AND  
INTERNATIONAL TOY FAIR  
BOOTH # 876  
FEBRUARY 16 - 19  
JACOB JAVITS CENTER, NEW YORK

**JADICON**  
CONSULTANTS: INDUSTRY & COMMERCE  
IMPORT - EXPORT  
P.O. BOX 1181, NEW YORK, N.Y. 10101  
TEL: (212) 342-8059  
TELEX 4772872 ADIC US

" DOLL HOUSE "

Measuring 11.5" X 23.6" X 12.2" on its base and weighing approx. 10 lbs. this agglomerated wooden doll-house is brightly colored and includes 2 doors which open and close. The roof folds back to allow easy access and the base includes a swimming pool which is water resistant. All materials and paints are NON TOXIC and meet the required safety standards. The house is easily assembled for play and folds flat again for storage.-

Dolls and Furniture are NOT INCLUDED

PRICE: US\$ 45.00 each, F.O.B. New York. MINIMUM PURCHASE: 6 Houses.





(Anexo 5, Gráfico 12)

(11) Products of Countries Designated Beneficiary Developing Countries for Purposes of the Generalized System of Preferences (GSP).

(A) The following countries, territories, and associations of countries eligible for treatment as one country (pursuant to section 502(a)(3) of the Trade Act of 1974 (19 U.S.C. 2462(a)(3))) are designated beneficiary developing countries for the purposes of the Generalized System of Preferences, provided for in Title V of the Trade Act of 1974, as amended (19 U.S.C. 2461 et seq.):

Independent Countries

Angola	Djibouti	Madagascar	Sierra Leone
Antigua and Barbuda	Dominica	Malawi	Singapore
Argentina	Dominican Republic	Malaysia	Solomon Islands
Bahamas	Ecuador	Maldives	Somalia
Bahrain	Egypt	Mali	Sri Lanka
Bangladesh	El Salvador	Malta	Sudan
Barbados	Equatorial Guinea	Mauritania	Suriname
Belize	Federated States of	Mauritius	Swaziland
Benin	Micronesia	<u>Mexico</u>	Syria
Bhutan	Fiji	Morocco	Taiwan
Bolivia	Ghana	Mozambique	Tanzania
Bolivia	Grenada	Nauru	Thailand
Brazil	Guatemala	Nepal	The Gambia
Brunei Darussalam	Guinea	Niger	Togo
Burkina Faso	Guinea Bissau	Oman	Tonga
Burma	Guyana	Pakistan	Trinidad and Tobago
Burundi	Haiti	Panama	Tunisia
Cameroon	Honduras	Papua New Guinea	Turkey
Cape Verde	India	Paru	Tuvalu
Central African	Indonesia	Philippines	Uganda
Republic	Israel	Republic of Marshall	Uruguay
Chad	Jamaica	Islands	Vanuatu
Chile	Jordan	Rwanda	Venezuela
Colombia	Kenya	Saint Lucia	Western Samoa
Comoros	Kiribati	Saint Vincent and	Yemen Arab Republic (Sanaa)
Congo	Korea, Republic of	the Grenadines	Yugoslavia
Costa Rica	Lebanon	Sao Tome and Principe	Zaire
Cote d'Ivoire	Lesotho	Senegal	Zambia
Cyprus	Liberia	Seychelles	Zimbabwe

Tomado de: PROPOSED UNITED STATES TARIFF SCHEDULE ANNOTATED

(Anexo 5, Gráfico 13)  
**HARMONIZED TARIFF SCHEDULE of the United States**  
*Adapted for Statistical Reporting Purposes*

Heading/ Subheading	Stat. Inf. & C.	Article Description	Units of Quantity	Rates of Duty		
				General	Special	3
9505 (ann.)		Other toys; subheadings ("other") within and outside preferential tariffs, consisting of sets, contents of all blocks and accessories known (ann.)				
9505.20.00		Subheadings ("other") model assembly kits, whether or not including models, including items of subheading 9505.10; parts and accessories thereof.....		0.25	From (A, B, IL) 0.10 (CA)	700
	20.0	Assembly kits with construction kits prefabricated to an essentially uniform scale of the actual article.....				
	40.1	Other assembly kits.....				
	60.0	Parts and accessories.....				
9505.20		Other construction sets and construction kits, and parts and accessories thereof:				
9505.20.40	00.0	Toy building blocks, bricks and shapes.....		01	From (A, B, IL) 1.40 (CA)	700
9505.20.50	00.0	Other.....		0.40	From (A, B, IL) 0.10 (CA)	700
		Toys representing animals or non-human creatures (for example, rabbits and computers) and parts and accessories thereof: Stuffed toys and parts and accessories thereof:				
9505.40		Stuffed toys.....		0.05	From (A, B, IL) 0.10 (CA)	700
9505.40.10	00.2	Parts and accessories: Artificial bees, except pre- fabricated articles.....		0.05	From (A, B, IL) 0.10 (CA)	700
9505.40.20	00.0	Other.....		0.40	From (A, B, IL) 0.10 (CA)	700
9505.40.30	00.0	Other.....		0.05	From (A, B, IL) 0.10 (CA)	700
	10.4	Toys not having a spring mechanism: Of metal.....		01		
	20.3	Other.....				
	30.0	Toys having a spring mechanism: Of metal.....		01		
	40.0	Other.....				
	50.5	Parts and accessories.....				
9505.50.00		Toy musical instruments and apparatus and parts and accessories thereof.....		0.05	From (A, B, IL) 0.10 (CA)	700
	20.0	Instrumental and apparatus.....				
	40.0	Parts and accessories.....		0.05	From (A, B, IL) 0.10 (CA)	700
9505.60.00	00.0	Puzzles and parts and accessories thereof.....				
9505.70		Other toys, put up in sets or outfits, and parts and accessories thereof For the sets of articles made to the approximate scale of 1 to 10 or larger:		Free		700
9505.70.00	00.0	Other:				
9505.70.00	00.1	Toy alphabet blocks.....		01	From (A, B, IL) 1.40 (CA)	700
9505.70.00	00.1	Other.....		0.05	From (A, B, IL) 0.10 (CA)	700

FUENTE: TARIFA ARMONIZADA DE LOS ESTADOS  
 UNIDOS. BANCO DE COMERCIO EXTERIOR





### COMPROMISO DE VENTA DE DIVISAS

INSTRUCTIVO DEL LLENADO AL REVERSO DE ESTE FORMULARIO

Hoja "B" DE

#### I ENCABEZADO

PRESENTE Y FUTURO PRESENTE

BANCOMER, SOCIEDAD NACIONAL DE CREDITO

AGENCIA: [ ]

NOMBRE DEL CLIENTE

No. C.V.D.

GIP

EST.

[ ]

#### II REGISTRO DE LAS EXPORTACIONES REALIZADAS AL AMPARO DEL PRESENTE C.V.D.

No. de Factura de Exportación	PRESENTE Y FUTURO PRESENTE		FRACCION DECLARADA	SELLO Y FIRMA VENTA ADUANERA	VALOR DE LA MERCANCIA			TIPO DE IVA	MONTOS Y FORMA DE PAGOS O SU REPRESENTANTE LEGAL
	1	2			3	4	5		

#### III REGISTRO DE C.V.D.

ESTE REGISTRO DEBE LLENARSE CON LOS DATOS DE SELLO Y FIRMA DE FORMALIDAD DE LA AGENCIA DE CREDITO DEL BANCO DE C.V.D.

FECHA: [ ]

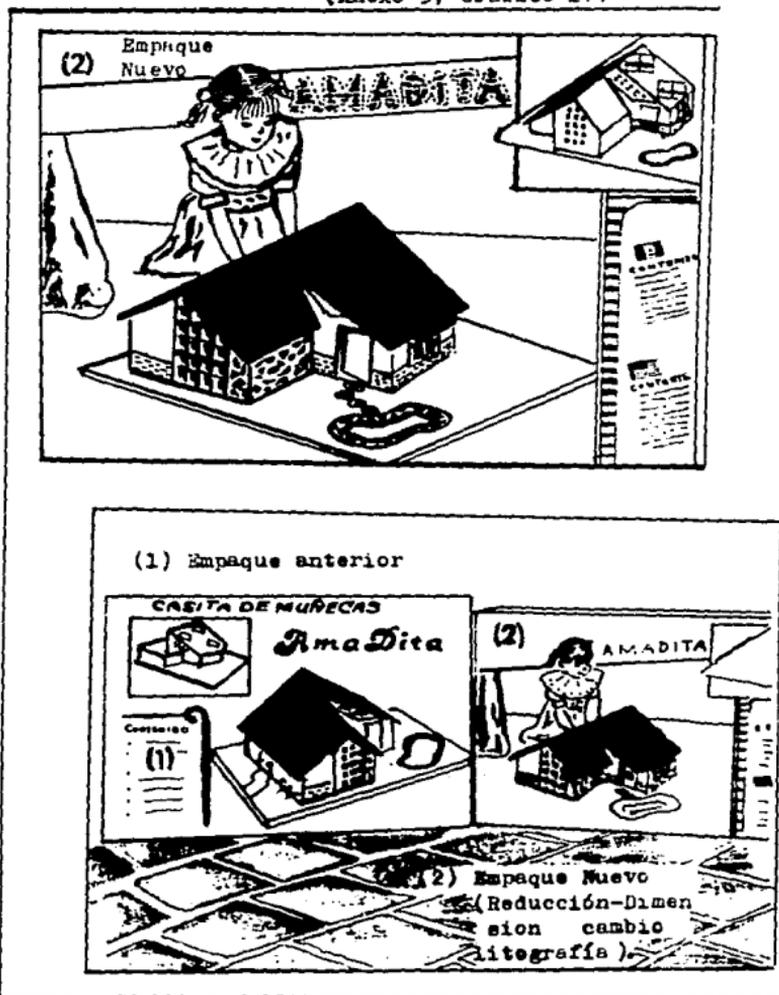
Banco Citibank

**Bancomer**

SE LE RECOMIENDA LEER LAS INSTRUCCIONES DEL REVERSO DE ESTE FORMULARIO

(Anexo 5, Gráfico 15)







**CARTA DE PORTE**  
 Servicio Público Federal Especializado de  
 Muebles en General y Mudanzas  
 EN RED DE CAMINOS NACIONALES

DR. GUSTAVO BAZ No. 295-F  
 EDO. DE MEXICO  
 TELS 397-57-56 397-49-39  
 398-42-77

NUEVO LAREDO TAMPS.  
 RIVA PALACIO 1040  
 TEL. 292-48

Nº 11587

Reg. Clm. Nat. de Tramo. 28-CFF-2-ACT-161-MEX-8  
 Céd. de Emp. 1022586  
 Reg. Fed. de Car. MTA-760319-001

208

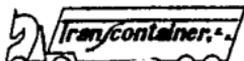
(Anexo 5, frático 18)

ORIGEN a de de 19				DESTINO:							
RÉMITENTE				DESTINATARIO:							
DOMICILIO				DOMICILIO:							
SE RECOGERA EN				SE ENTREGARA EN:							
FRACCION NUM. (6)		CLASE (7)		CUOTA POR TONELADA \$ (8)		VALOR DECLARADO \$					
<b>BULTOS</b>		QUE SE DICE CONTIENEN		PESO (15)		VOLUMEN (16)		CONCEPTO (19)		COBRAR	
(11) Num.	(12) Clase										
								FLETE			
								SEGURO			
								O. LINEAS			
								ENTREGA A DOMICILIO			
								Recolección			
<b>TOTALES</b>											
REEMBARCO:				REEMBARCARSE CON:							
CONDUJO				CONDUCIÓ:							
DE		A		DE:		A					
OBSERVACIONES:											
<b>TOTAL</b>											
RECIBIÓ DE CONFORMIDAD											
AGENTE				FIRMA DEL DESTINATARIO				DOCUMENTO			

INSTRUCCIONES PARA LLENAR ESTE TALON Y CONDICIONES DE TRANSPORTE A LA VUELTA

MEX-12-11-76-028

(Anexo 5, Gráfico 19)



Fecha: \_\_\_\_\_

Referencia: \_\_\_\_\_

Exportación: \_\_\_\_\_

**INSTRUCCIONES DE REEXPEDICION**

Atentamente rogamos a ustedes se sirvan manejar el siguiente embarque:

Procedencia: \_\_\_\_\_ Contenido: \_\_\_\_\_

No. de Bultos: \_\_\_\_\_ Volumen: \_\_\_\_\_

Peso Bruto: \_\_\_\_\_ Peso Neto: \_\_\_\_\_

**ENVIAR POR:**

Via:  AEREA  FF.CC.  CAMION  MARITIMA

Fecha: \_\_\_\_\_ Gencio: \_\_\_\_\_

Línea: \_\_\_\_\_

**MARCAS**

Remitente

Consignatario

_____	_____
_____	_____
_____	_____

Via: \_\_\_\_\_

Notifique a: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

Agente Aduanal: \_\_\_\_\_

Instrucciones especiales: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

Documentos adjuntos:

1. \_\_\_\_\_
2. \_\_\_\_\_
3. \_\_\_\_\_
4. \_\_\_\_\_

Atentamente.

\_\_\_\_\_

(Anexo 5, Grafico 20)



DR. GUSTAVO BAZ No. 295-F  
EDO. DE MEXICO  
TEL. 397 57 56 397 49 39

SERGIO ARENAS DE LOS RIOS  
IZTACCIHUATL No. 74 COL. FLORIDA  
01030 MEXICO, D.F.

AT'N. Sr. Adolfo Rojas.

Apreciable Sr. Rojas:

Por medio de la presente hacemos constar que el transporte de el producto "Casita de Muñecas" contratado por la Empresa "CORPORACION GALINDO S.A. DE C.V.", según carta de porte No. 11587; Pedimento de Exportación No. 0011351, con destino final a la ciudad de Nueva York se efectuará en un vehículo mexicano.

Así mismo que el flete ha sido cubierto y se indica en los documentos como "Pagado".

Agradecemos la atención a esta, esperando que los datos que aparecen en ella sirvan a sus fines, quedando de usted como sus s.a. y amigos.

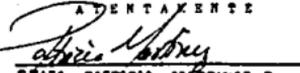
A G R A D E C I M O S  
  
SRITA. PATRICIA MARTÍNEZ R.





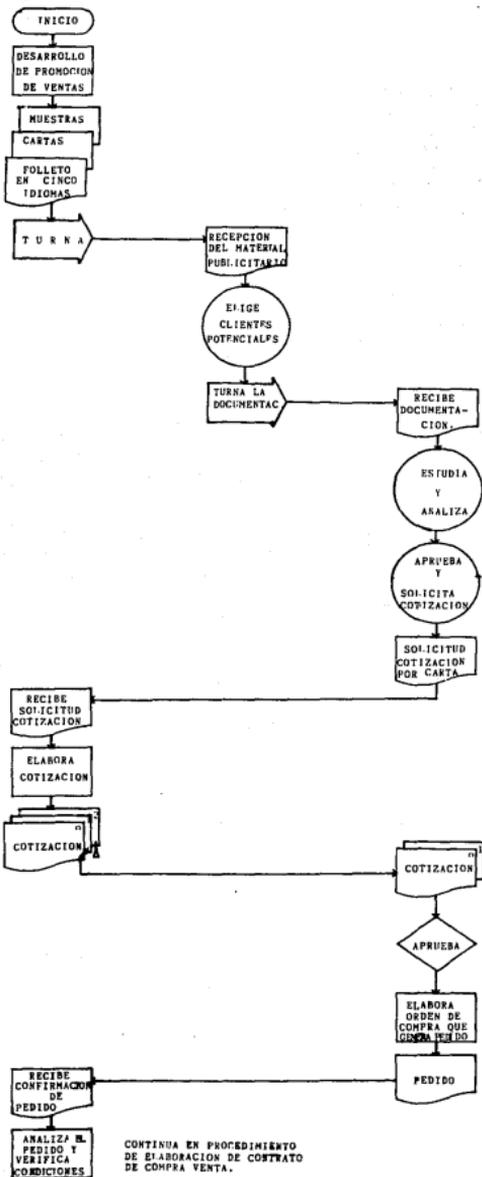


DIAGRAMA DE FLUJO DEL PROCEDIMIENTO  
PRODUCCION DE VENTAS Y NEGOCIACIONES.

EXPORTADOR

CONSEJERIA COMERCIAL  
( SANCOHEIT )

IMPORTADOR (CLIENTE)



CONTINUA EN PROCEDIMIENTO  
DE ELABORACION DE CONTRATO  
DE COMPRA VENTA.



FECHA: OCTUBRE 1990.

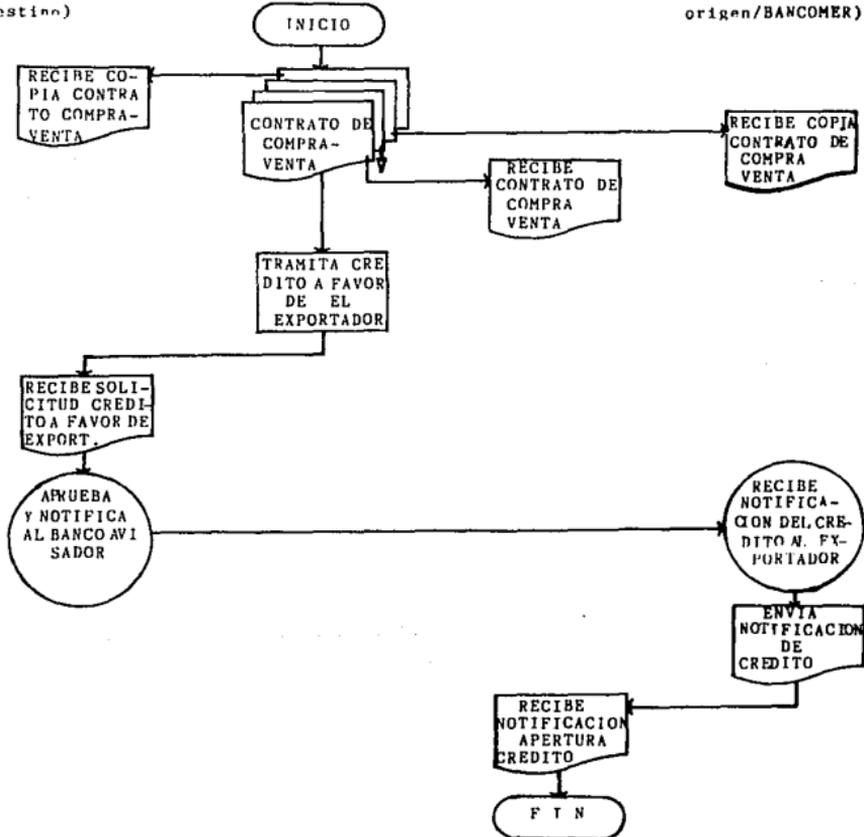
DIAGRAMA DE FLUJO DEL PROCEDIMIENTO  
ELABORACION DEL CONTRATO DE COMPRA-VENTA

BANCO EMISOR  
Banco en el país de  
destino)

IMPORTADOR  
(CLIENTE)

EXPORTADOR  
(VENDEDOR)

BANCO AVISADOR  
(Banco en el país de  
origen/BANCOMER)



ELABORO :

REVISADO POR:

AUTORIZO :





FECHA: OCTUBRE 1990.

DIAGRAMA DE FLUJO DEL PROCEDIMIENTO

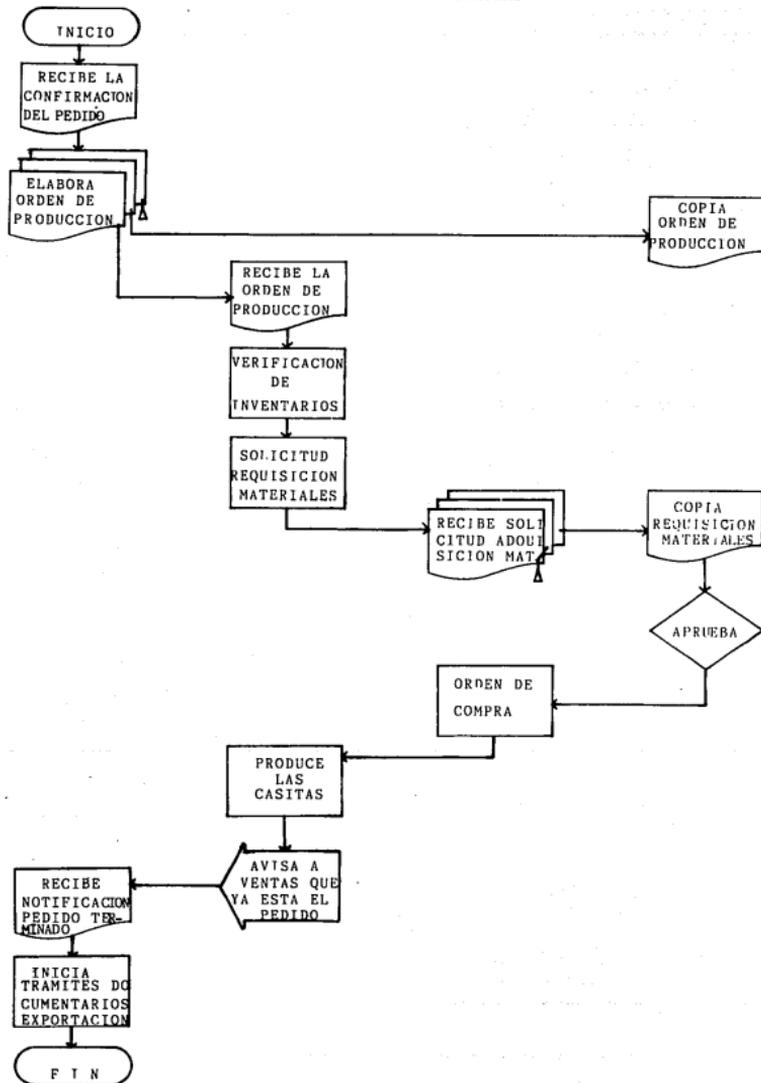
PRODUCCION

DEPARTAMENTO DE VENTAS

DEPARTAMENTO DE PRODUCCION

DEPARTAMENTO DE COMPRAS

GERENCIA



ELABORO :

REVISADO POR

AUTORIZO :

B I B L I O G R A F I A  
G E N E R A L

Acosta Romero, Miguel, "Derecho Bancario". México, D.F. Editorial Porrúa, S.A., 1978. pp.124.

Acuerdo del Consejo de la Cámara Internacional de Comercio , -  
"Prácticas y Usos Uniformes para Créditos Comercia-  
les Documentarios". Artículo 8, Apartado (B). No-  
viembre 1962. Folleto No.222.

Aguilar, Alvarez de Alba, Alfonso, "Elementos de la Mercado---  
tecnia". Cap.9 , México, D.F. Editorial CECSA, 1985-  
p.111.

Asociación de Banqueros de México, "ABC de las Exportaciones"  
México, D.F. Impresora Santa María, 1976. pp116.

Banco Nacional de Comercio Exterior, "Esquema Integral de Fi-  
nanciamiento Promocional de Fomex", México, D.F. --  
1989. pp.11.

Centro de Estudios en Comercio Internacional, "Fundamentos de  
Comercio Internacional", México, D.F. 1988. pp.37

Centro de Estudios en Comercio Internacional, "Importancia de  
la Mercadotecnia Internacional", México, D.F. 1988.  
pp 36.

Centro de Estudios en Comercio Internacional, "Crédito y Co---  
branza Internacionales", México, D.F. BANCOMER ---  
1989, pp.48.

Centro Interamericano de Promoción de Exportaciones. "El trans  
porte de carga de recipientes". Bogotá, 1969 pp.125

Comercio Exterior. "Protocolo de Adhesión de México al Acuerdo  
General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio". Mé-  
xico, D.F. Octubre de 1986.

El Exportador Mexicano, "Necesaria la actualización y mayor --  
dinamismo de las Comercializadoras Mexicanas para--  
impulsar y diversificar el Comercio Exterior", Mé-  
xico, D.F. Servicios de Edición Especial S.A. de -  
C.V. 1989, pp.12.

Moreno Padilla Javier, "Prontuario de Leyes Fiscales", Cap. VI  
Art. 70, del Reglamento Interior de la Secretaría-  
de Hacienda y Crédito Público. México, D.F. Editó-  
rial Trillas, 1987.

Pequeño Larousse de Ciencias y Técnicas, México. Editorial ---  
Larousse.