

870102

21
1y.

UNIVERSIDAD AUTONOMA DE GUADALAJARA

INCORPORADA A LA UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO

ESCUELA DE ADMINISTRACION, CONTABILIDAD Y ECONOMIA



TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

EXPORTACIONES . . . UNA ALTERNATIVA
DE DESARROLLO PARA MEXICO.

SEMINARIO DE INVESTIGACION
QUE PARA OBTENER EL TITULO DE
LICENCIADO EN ADMINISTRACION
P R E S E N T A
Flora Celina Catalina del Grande Masson
GUADALAJARA, JAL., DICIEMBRE DE 1985



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.
INTRODUCCION	
C A P I T U L O I	
LA PEQUEÑA EMPRESA	1
A) Conceptos.	1
B) Clasificación.	2
C) Organización Adecuada.	3
D) Futuro de la Pequeña Empresa.	6
C A P I T U L O II.	
LA EXPORTACION COMO FACTOR DE CRECIMIENTO DE LA PEQUEÑA EMPRESA	9
A) ¿Qué es Exportación?	9
B) Antecedentes.	11
C) Obstáculos de la Pequeña Empresa para exportar.	13
D) Para qué debe una empresa exportar.	17
E) La modernización de la Pequeña Empresa.	19
C A P I T U L O III	
POR QUE MEXICO NECESITA EXPORTAR	25
A) Cómo la Exportación permite obtener beneficios.	
B) Exportar es buen Negocio.	27
C) La oferta de Exportación ante el mercado Na- cional.	29

C A P I T U L O I V

NECESIDAD DE SUSTITUIR LAS IMPORTACIONES	35
A) Cómo afectan las importaciones al país.	35
B) Con qué pagamos nuestras importaciones.	40
C) Factores que impiden la sustitución de las importaciones.	43

C A P I T U L O V

LA INDUCCION DE LA EMPRESA MEXICANA AL COMERCIO EXTERIOR	47
A) Disposiciones Legales.	47
B) Documentación.	50
C) Aranceles y Restricciones.	60
D) Cotizaciones.	63
E) Financiamiento y Seguros de Crédito.	65
F) Incentivos y Ayudas.	70
G) Orientaciones sobre Empaque y Embalaje.	74
C O N C L U S I O N E S	79
BIBLIOGRAFIA	82

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

Nuestro país, desde su surgimiento como Estado, ha formado distintos niveles o estructuras en las cuales descansa la vida socio-política y económica del mismo; estructuras que en lo político, económico y social constituyen un verdadero conjunto de elementos interrelacionados, que incluyen desde el más bajo estrato social hasta las más altas jerarquías gubernamentales.

Frente a estas concurrencias de conceptos reales, destaca fundamentalmente el referente al económico, puesto que la vida de todo país se fortalece mediante la planeación y elaboración de estrategias encaminadas a lograr un desarrollo paulatinamente acelerado.

Entre los distintos niveles de la estructura económica de nuestro país, aparece como mediador entre producción y consumo la actividad denominada "Exportación", que es un paso obligado dentro del desarrollo del país y una sana forma de estimular la productividad de los sectores económicos.

Dado que la mayor parte de las empresas en nuestro país son pequeñas empresas, el presente trabajo está enfocado a ellas, dando a conocer sus condicio-

nes, los problemas a los que se enfrenta y los beneficios que obtienen cuando se ponen en condiciones de saber y poder exportar, haciendo de ellas empresas potencialmente exportadoras.

En esta investigación estoy realizando un estudio sobre la gran importancia que representa el que la industria mexicana promueva las exportaciones, es decir, la venta de sus múltiples productos a los mercados internacionales.

Doy énfasis a la imperiosa necesidad de eliminar las importaciones -que tanto afectan a nuestra balanza comercial- y a la multitud de productos manufacturados y semimanufacturados que tendrían gran aceptación y que de hecho existe demanda para ellos, haciendo notar los beneficios que se obtienen, así como la facilidad de obtener un progreso realmente significativo a través de este tipo de transacciones comerciales.

Otro de los objetivos primordiales del presente trabajo es el presentar a manera informativa los requisitos para poder gestionar la exportación, como son: - disposiciones legales, documentación, incentivos, y ayudas; orientaciones sobre empaque y embalaje, cotizaciones, aranceles y restricciones, etc., como se verá en el desarrollo del trabajo.

Lamentablemente no ha sido sino hasta los últimos sexenios, como se puede ver, la preocupación por parte de los gobernantes en hacer hincapié en el sentido de que para tratar de nivelar nuestra balanza de pagos internacionales y lograr una estabilidad económica, es necesario importar cada vez menos y fomentar e impulsar nuestras exportaciones.

Una vez puesto en marcha lo anterior, se tendrá como respuesta que estaremos compitiendo por un desarrollo industrial a nivel de los países altamente desarrollados.

Espero que el presente trabajo logre despertar nuevas inquietudes, tanto a los empresarios con la idea de exportar como a los Licenciados en Administración de Empresas respecto a que se atrevan a desarrollar la mercadotecnia no sólo a nivel nacional, sino que la proyecten hacia los mercados internacionales y así cooperen a acrecentar la industria nacional.

CAPITULO I
LA PEQUEÑA EMPRESA

A) CONCEPTOS

La empresa se define como una organización económica-social, que produce o distribuye bienes o servicios para el mercado con el propósito de obtener beneficios para sus titulares o dueños; es una unidad integrada bajo la dirección de un empresario, formada por los factores de Producción, Capital, Trabajo y Organización.

La empresa dentro del Derecho Mexicano, es reconocida como una unidad en las operaciones jurídicas que sobre ella se realicen; es una unidad jurídica, -- porque su fundamento se encuentra en el principio del valor objetivo y en la conservación del destino económico de los bienes en el cual se encuentran su origen y razón de ser.

La Pequeña y Mediana Empresa, desde el punto de vista contable, según criterio del FOGAIN (Fondo de Garantía y Fomento a la Industria Mediana y Pequeña), -- son aquellas cuyo capital contable no sea menor de - - \$ 25,000 ni mayor de \$ 25,000,000.00.

B) CLASIFICACION

La Pequeña Empresa se puede dividir, por la forma de su funcionamiento en dos tipos:* La Empresa Individual y la Empresa Social o Sociedad Mercantil.

La Pequeña Empresa Individual, es aquella creada por una sola persona, quien responde a las obligaciones de la empresa con la totalidad de su patrimonio; los resultados que pueda obtener, pueden ser insuficientes en cuanto a que no dispone el empresario individual sino de su propia fortuna y está limitado a su preparación y experiencia personales para manejar la Empresa. Para obtener mayores probabilidades de éxito, la Pequeña Empresa Individual puede reunir los recursos económicos y las habilidades administrativas y técnicas de varias personas.

La Pequeña Empresa Social o Sociedad Mercantil: En la actualidad, las empresas se constituyen en su mayoría como Sociedades Mercantiles, dotadas de personalidad jurídica propia.

Las principales Sociedades Mercantiles reguladas por la Ley, son las siguientes:

* Antonio Manero, "Organización de Empresas", pág. 20.

- * 1.- Sociedad en Nombre Colectivo.
- 2.- Sociedad en Comandita Simple,
- 3.- Sociedad en Comandita por Acciones,
- 4.- Sociedad de Responsabilidad Limitada, y
- 5.- Sociedad Anónima.

De todas estas sociedades, la más conocida es - la Sociedad Anónima, por ser la más común; la Sociedad de Responsabilidad Limitada es poco conocida; de las - demás, quizás no lleguen a cinco de cada una en toda - la República.

C) ORGANIZACION ADECUADA

La Organización, tan importante en cualquier em presa, necesita una atención especial, ya que es de - todos conocido que es uno de los renglones más descuidados en nuestro medio, y que tanto daño causa a nuestros pequeños empresarios, siendo esto causa de enormes pérdidas o de frecuentes quiebras.

La Organización consiste en la creación de una estructura que encierre las actividades necesarias de una empresa dentro de un orden lógico.

La Organización es útil porque identifica a la

* Antonio Manero, "Organización de Empresas", pág. 23.

empresa con la persona y las labores que desempeñan -- con el puesto, logrando establecer una mejor adaptación de recursos humanos y materiales disponibles.

La base de la Organización la forman el trabajo, el personal y el puesto para proponer una estructura adecuada, comprendiendo:

La Producción, que consiste en la creación y suministro de bienes o servicios.

Las Ventas, que son los insumos que deberán distribuirse, y

Las Finanzas, que viene siendo contar con un capital suficiente para la realización de estas dos actividades.

Es en la Dirección en donde deben elaborarse -- los planes generales de acción, y se encarga de coordinar y controlar las actividades generales de la empresa.

Es necesaria la creación de dos departamentos -- para llevar a cabo las actividades planeadas que serían:

- 1.- Departamento de Producción;
- 2.- Departamento de Ventas.

El Departamento de Producción conjuga: materia_

prima, técnica, herramientas, maquinaria, y esfuerzo - para la elaboración de los productos.

El Departamento de Ventas se encarga de colocar los productos de la empresa en el mercado mediante un precio convenido. De una buena organización de este Departamento, depende en gran parte el volumen de ventas.

Se debe también crear un departamento que efectúe funciones de Información, como lo sería el Departamento de Contabilidad; este Departamento es una unidad de trabajo indispensable dentro de cualquier empresa; cuyo objetivo principal, es plasmar la información de sus registros en los Estados Financieros, con el objeto de dar a conocer a los directivos de la empresa los resultados obtenidos en un período de operaciones.

La Pequeña Empresa necesita también auxilio técnico en algunos asuntos administrativos, como son:

En la obtención de empleo y fondos: Finanzas y

Administración de Recursos Humanos: Personal, cuyo objetivo es el de contratar al personal adecuado, mantener las buenas relaciones y efectuar todas las labores operativas que correspondan a sueldos, salarios, prestaciones, valuación, promociones, etc.

En la Pequeña Empresa, las funciones de Organización y Auditoría, se concentran en el Gerente, pero alcanzan mayores proporciones al personal, la producción y las ventas; se hace necesario descentralizar dichas funciones, creándose unidades por separado para desarrollarlas.

Como la programación de estudios y proyectos para el desarrollo económico de un país, debe estar estrechamente vigilado por sus respectivos Gobiernos, no se hacen aquí consideraciones de este tipo, sino más bien dejar entrever la importancia de la Pequeña Empresa como un sistema base para el desarrollo futuro de la gran industria, o como derivado de la misma, con los consiguientes beneficios que pueden resultar de ella cuando se aplica el proceso administrativo.

D) FUTURO DE LA PEQUEÑA EMPRESA

De los pequeños negocios industriales, sostenidos por el trabajo manual, a las grandes empresas actuales, funcionando casi todas bajo la influencia de los adelantos de la ciencia, el camino es inconmensurable; y el gran desarrollo de tales organismos ha hecho naturalmente que éstos busquen y encuentren nuevos tipos de organización jurídica y financiera, siempre en consecuencia con sus crecientes necesidades y en cuan-

to a sus objetivos.

La Pequeña Empresa debe lanzarse a los mercados internacionales con el objeto de obtener mejores beneficios; ya que la exportación implica dejar de depender tan sólo de las posibilidades que presenta un mercado interno, quizá demasiado competido y muy probablemente muy estrecho y con perspectivas moderadas de crecimiento.

Al presentar el mercado internacional una demanda mayor que el mercado interno, ya que es mucho más amplio el número de sus consumidores potenciales, aquel ofrece posibilidades superiores para que las Pequeñas Empresas realicen buenos negocios e incrementen sustancialmente sus ventas.

Las exportaciones ofrecen, en primer término, - los beneficios resultantes de un incremento sustancial en las ventas; es decir, mayores utilidades a corto plazo como resultado del propio incremento de las operaciones; una reducción importante en los costos de producción y de operación, derivada de un mayor volumen en la adquisición de materias primas, partes, etc. y de un uso más racional tanto de la capacidad instalada de la empresa como de los recursos técnicos, humanos y materiales.

Exportar, por todo lo anteriormente indicado, - es para la Pequeña Empresa, asegurar su futuro; ya que las empresas que no exportan, las que no han alcanzado índices de eficiencia en todos los órdenes, a nivel internacional, corren el grave peligro de ser desplazadas por la competencia externa; pero se debe exportar hoy, cuando es tiempo de tomar decisiones para aceptar el reto de la eficiencia que propone el mundo moderno. Tan importante como tomar una decisión, es tomarla oportunamente, pues de nada serviría reaccionar cuando las ventas de la empresa comiencen a mostrar disminución, cuando las decisiones no cuenten con el tiempo suficiente para convertirse en realidades que permitan reconquistar posiciones, cuando esta reducción de las ventas sólo signifique el principio de una empresa menos.

C A P I T U L O I I

LA EXPORTACION COMO FACTOR DE CRECIMIENTO DE
LA PEQUEÑA EMPRESA.

A) ¿QUE ES EXPORTACION?

Exportación en términos generales, es "el envío de mercancías nacionales o nacionalizadas para su uso o consumo en cualquier país del extranjero".

Son mercancías nacionalizadas, las "originarias del extranjero, que hayan satisfecho todos los requisitos para su importación definitiva".

Desde otro punto de vista o criterio económico*, "Exportar es vender más allá de nuestras fronteras político-económicas".

La exportación no es una actividad técnica, ni un proceso jurídico, tampoco la constituyen acciones - de la administración a nivel internacional, que sólo - 'tienden a crear un campo propicio para las negociaciones, y aún cuando antes de la exportación o paralela-mente a ella es necesario o conveniente el desarrollo de alguna de estas actividades "la exportación es simplemente una venta".

* BNCE, "Guía para la Exportación de Artesanías", pág. 11.

Los principios de la exportación son los mismos que los de la venta en el mercado interior; la diferencia la constituye el hecho de que en la exportación es necesario considerar las implicaciones del tráfico de las mercancías y sobre todo el que las áreas del cliente y del proveedor estén sujetas a distinta reglamentación administrativa y seguramente diferentes costumbres y prácticas comerciales.

Es necesario al iniciarse en el comercio de exportación, partir claramente de este concepto: Exportar es vender, vender más allá de nuestra frontera, lo cual debe llevarse a cabo con la ayuda de las técnicas que permitan una eficaz comunicación con el consumidor y con el conocimiento de los mecanismos que relacionan el tráfico entre los distintos países. Y como ocurre en el mercado interior, está apoyada en una serie de normas y requisitos, que a la vez la controlan y la fomentan.

Todas las funciones paralelas a la exportación, deben ser conocidas ampliamente por los pequeños empresarios y ser tomadas en consideración, como lo serían: los trámites administrativos, las técnicas de transporte, los requerimientos del empaque y embalaje, el ordenamiento jurídico, y cualquier otra función relativa a la exportación.

B) ANTECEDENTES

Las relaciones comerciales internacionales obedecieron en un principio a un objetivo concreto de abastecimiento, en función del grado de desarrollo y de la dotación relativa de los recursos de los países; sin embargo esta situación ha venido cambiando históricamente de acuerdo con los objetivos de desarrollo económico de ciertos países en función de las estructuras predominantes en el mercado mundial.

El comercio internacional se encuentra en una fase de rápida expansión a partir del Descubrimiento de América y del Proceso de Colonización; en esta etapa histórica se definió el destino de los países en vías de desarrollo y de las áreas actualmente industriales.

Las primeras manifestaciones industriales se dan como consecuencia de las necesidades más apremiantes de la población urbana y el aprovechamiento de las materias primas disponibles en la región.

La industria manufacturera ha venido creciendo a tasa promedio de 8.6% en los últimos años; pero su participación relativa dentro del producto bruto industrial disminuyó de 80.8% en 1960 a 70.2% en 1970 y a 78.8% en 1972; su crecimiento en términos absolutos no

fue suficiente para mantener su participación.

La industria de transformación, presenta una de las más bajas productividades por hombre ocupado, en relación con el resto de la actividad económica; sin embargo cuenta con el promedio de valor de la producción por hombre ocupado más alto del sector; en general, la industria de transformación introduce poco valor agregado a los productos elaborados.

Dentro de los problemas que limitan el sano desarrollo industrial, se encuentra la gran diversificación, sin sentido de complementaridad, de la industria local, que limita su participación en economía de escala, frenando su evolución progresista; paralelo a este fenómeno, coexiste el elevado número de empresas de bajos niveles de inversión y producción, pequeñas industrias por lo general familiares que realizan explotaciones artesanales con sistemas en exceso rudimentarios.

Es sabido que la mayoría de las pequeñas empresas industriales se dedican a la producción de bienes de consumo, a causa de la seguridad del mercado (mercado cautivo) y por el bajo nivel de requerimientos de capital en la inversión.

Ello provoca la gran diversidad de empresas dedicadas a la producción de bienes similares o sustitu

tos, creando una gran diversidad de satisfactores para la misma necesidad.

La deficiente, y en ocasiones ausencia total de normas y controles de calidad, han influido decisivamente en la existencia de productos de baja calidad, con lo que muchas empresas compiten en el mercado, en detrimento del consumidor, al mismo tiempo que impiden el desarrollo tecnológico.

Las modificaciones de la estructura industrial se han visto propiciadas por la instalación de empresas con grandes volúmenes de inversión y absorción de mano de obra, principalmente manufactureras de bienes de producción como: empresas siderúrgicas, productores de llantas y cámaras, artículos fotográficos y artículos eléctricos y electrónicos.

México lleva más de 30 años en este esfuerzo industrializador sustitutivo de importaciones. Es preciso planear el desarrollo industrial de manera que permita conjugar nuestras necesidades de integración del aparato productivo con las perspectivas de exportación.

C) OBSTACULOS DE LA PEQUEÑA EMPRESA PARA EXPORTAR.

Son de sobra conocidos los obstáculos que no han permitido el impulso de la pequeña empresa ante

las exportaciones como son:

- a) La falta de crédito,
- b) Desconocimiento técnico,
- c) Comercialización,
- d) Organización adecuada.

FALTA DE CREDITO.

En todo el mundo, se observa que la dificultad para obtener financiamiento, constituye un enorme obstáculo para el establecimiento y desarrollo de pequeñas empresas industriales independientes. Esta queja es común en los países con medios culturales e institucionales muy distintos y con diversos niveles de industrialización, pero con un denominador común: la necesidad de formas perfeccionadas de financiamiento dentro del pequeño productor y que es sumamente difícil de satisfacer.

El problema de perfeccionar la disponibilidad del financiamiento de desarrollo de la pequeña empresa en los países de reciente industrialización, exige mejores servicios de financiamiento, o cuando menos el conocimiento de las diversas fuentes a que puede recurrir.

El financiamiento para la exportación, debe ser considerado como un servicio adicional indispensable -

para el pequeño empresario que introduce o pretende colocar sus artículos en el mercado del exterior.

DESCONOCIMIENTO TECNICO.

No es posible que cada productor, especialmente si es pequeño en su actividad, se dedique solamente a las actividades del comercio exterior; porque es evidente que quien está produciendo, quien está con los problemas diarios de falta de tecnología en su empresa y los problemas menos técnicos de las cobranzas, no podrá dedicar todo el tiempo que se necesita para poder ubicar las demandas de su producto en los mercados internacionales; se requiere de personas que lo asesoren y que lo ayuden a determinar esos factores y, por otra parte, vemos que la experiencia de los países más comerciantes se han valido para fortalecer su comercio internacional de una pléyade de empresas comercializadoras.

La tecnología es uno de los pilares básicos del desarrollo; la creación de organismos regionales, que de manera coordinada operen con el Consejo Nacional de Ciencias y Tecnología, serían factores determinantes para impulsar las actividades económicas de la pequeña empresa.

La tecnología no es sólo cuestión de mejores equipos y procedimientos de producción, sino fundamen-

talmente la dirección.

Exportar, es en este caso, la única manera de aceptar la innovación tecnológica, y aceptarla oportunamente es la única fórmula para garantizar el futuro de la empresa.

COMERCIALIZACION.

En cuanto a la estrategia de comercialización, es necesario conocer las áreas de residencia del consumidor, cuáles son los canales de distribución que existen en el país, mayoristas, intermediarios, minoristas, conocer los medios de publicidad que están a nuestro alcance, qué tarifas publicitarias están en el mercado; en fin, saber todo lo que es necesario para llevar a cabo una venta a precios justos, con la calidad necesaria al consumidor idóneo y en lugares adecuados.

Es necesario contar con el conocimiento amplio de los mercados, su potencialidad y sus exigencias, -- las formas de promoción de ventas y distribución.

La comercialización, es sin duda una de las etapas más importantes en el desarrollo de una empresa; -- en la actualidad representa el factor clave para obtener utilidades y se basa en la satisfacción de los consumidores.

ORGANIZACION ADECUADA.

La falta de una organización adecuada en las empresas, es causa de enormes pérdidas y frecuentes quiebras.

El estudio de la organización requiere ser tratado en forma especial; por lo tanto sólo mencionaré -- que es muy importante que antes de prestar asesoría para la obtención de cualquier tipo o sistema de organización más adecuada para que los fondos obtenidos no - se conviertan en ayuda inútil y que la deuda contraf--da, en tal caso vaya a ser sólo motivo de la desaparición de una fuente de producción y empleo tan importantes en un país en vfas de desarrollo como lo es el - - nuestro.

D) PARA QUE DEBE UNA EMPRESA EXPORTAR.

Al aceptar que el país requiere con urgencia incrementar sus exportaciones, con el propósito de nivelar el desequilibrio en sus pagos con el exterior y de obtener, de una manera saludable, ingresos suficientes para financiar la continuación acelerada de su proceso de industrialización y desarrollo, no debemos, sin embargo, confundirnos y considerar algunos de estos factores como objetivo para que un pequeño empresario -- exporte.

En la medida que los empresarios en general, obtengan éxito en sus negocios, con base a su propia eficiencia y no en un mercado cautivo y en una eliminación prácticamente total de una auténtica competencia; en esa medida estarán contribuyendo a fortalecer los propósitos nacionales en materia de desarrollo económico. El beneficio del país será el resultado de la acción de empresarios eficientes, pero de ninguna manera deberá ser considerado desde un enfoque estricto de negocios, como el objetivo para exportar.

La exportación constituye un desafío a la eficiencia y a la imaginación creadora de un administrador moderno, y que únicamente con una capacidad empresarial competitiva, a nivel internacional, es factible la conquista permanente de mercados realmente valiosos.

Sin embargo, no resulta lógico fundamentar la actividad exportadora de una empresa tan sólo en una motivación de orden psicológico. El prestigio del exportador no es un objetivo, sino una consecuencia; es un nivel de respetabilidad al que se hace acreedor gracias a todo un proceso de decisiones para adecuar su oferta a las exigencias del mercado internacional y al planeamiento y realización de modernas y audaces estrategias de comercialización para conquistar mercados del exterior.

En modo alguno puede el prestigio constituirse en el objetivo fundamental de la actividad exportadora. Desde un enfoque empresarial, el objetivo de la exportación lo constituye: obtener beneficios adicionales. En primer lugar, el empresario debe exportar para obtener beneficios. Tomando en cuenta que la exportación es una venta, interesa que ésta se realice con beneficios.

E) LA MODERNIZACION DE LA PEQUEÑA EMPRESA Y SU DESARROLLO FUTURO.

La exportación, al permitir utilizar en toda su capacidad el potencial de la pequeña empresa, y ofrecerle la perspectiva de una demanda prácticamente ilimitada, proporciona las condiciones convenientes para aceptar la innovación técnica y hace rentable la modernización de maquinaria, equipo y procesos productivos.

Es evidente que el empresario eficaz debe utilizar la más moderna tecnología si desea proyectar su empresa hacia el futuro. Permite reducir los costos de producción y con ello los precios del producto; también exige de producciones en serie, y al ampliarse el volumen de producción es preciso encontrar un mercado más amplio para ésta.

Una empresa exportadora, al contar con mayores

incentivos y apoyos para modernizar su maquinaria y -- equipo, y al aplicar sistemas de control de calidad - que le permitan obtener los niveles de eficiencia que demandan los mercados de exportación, también está en condiciones de presentar en el mercado mexicano productos de calidad más uniformes, y en una más adecuada y justa relación con el precio.

Una de las causas fundamentales de la actividad exportadora es ampliar los mercados para la absorción de esta mayor producción que las circunstancias exigen de los empresarios que desean seguir compitiendo.

Por otra parte, se debe señalar que el empresario exportador no sólo está en mejores condiciones operativas para tomar decisiones que permitan modernizar su empresa, sino que esta acción la puede llevar a cabo mediante la utilización de recursos financieros en condiciones preferenciales, respecto a plazos y tasas de interés, haciendo usos de los apoyos financieros -- que la administración ha puesto a disposición de las - empresas exportadoras, para la modernización y el equipamiento industrial. Cabe mencionar que una empresa - que utiliza en su totalidad la capacidad instalada puede amortizar la maquinaria y equipo en un período más corto que la empresa que trabaja con capacidades ociosas.

Cuando una empresa exportadora toma determinadas medidas para adecuar su producto a las exigencias del consumidor internacional, se coloca también en posibilidades de ofrecer un producto con diseño más moderno y mayores posibilidades de satisfacer al consumidor nacional, refiriéndose al diseño tanto del producto como de los empaques.

Por otra parte, al acondicionar los programas de producción a las prácticas de los mercados de exportación, la empresa puede cumplir mejor con los términos y condiciones de entrega en el mercado doméstico; y al incrementar su capacidad de producción, podrá responder oportunamente a un crecimiento brusco de la demanda interna.

Es importante señalar también que, al aumentar su volumen de compra de materias primas; al aceptar con mejores posibilidades la producción en serie; al prorratear sus gastos indirectos entre un mayor número de unidades y al utilizar de manera más racional sus recursos, la empresa que exporta estará en condiciones de reducir sus precios de venta en el mercado doméstico sin afectar los márgenes de utilidad.

Una empresa exportadora puede ofrecer al comprador nacional mejores condiciones de pago, al estar en

posibilidades de descontar, en condiciones preferenciales, los documentos de sus operaciones con el exterior, diversificando con ello los riesgos y no dependiendo tan sólo de la seriedad, en el cumplimiento de las condiciones pactadas, del comprador nacional.

La actividad de los negocios internacionales propicia la constante actualización y superación administrativa del empresario, exige una mejor formación y le brinda una gran oportunidad de experiencias, que indudablemente repercutirán en una más eficiente administración de los negocios a nivel nacional.

Un empresario que exporta conocerá cada vez mejor las técnicas para localizar datos relevantes que le permitan orientar una acción inteligente hacia el consumidor, los procesos para evaluar esta información y los criterios para utilizarla de manera eficaz en la toma de decisiones. La aplicación de tales técnicas, con una eficiencia a nivel internacional, lo situará en mejores posibilidades para detectar con toda oportunidad las características de las necesidades y exigencias del consumidor mexicano, requisito indispensable para poder ofrecerle de manera constante, un verdadero satisfactor.

La comunicación es otro aspecto de gran trascendencia, que garantiza al exportador un mayor éxito y -

con ello una permanencia en el mercado interno. En el comercio internacional se aplican las más avanzadas -- técnicas de comunicación. Es en la conquista del mercado mundial en donde surgen las más imaginativas campañas publicitarias, las más audaces y eficaces técnicas de promoción de ventas; es aquí donde las relaciones públicas se convierten en un auténtico instrumento de estrategia dentro de una acción de comunicación.

La combinación de todos los factores enumerados hacen que, paradójicamente, la exportación se constituye en la fórmula más eficaz para conquistar el mercado interno.

En la actualidad, tanto en la mayoría de los países como en el nuestro, la empresa que no exporta, la empresa que no ha alcanzado altos índices de eficiencia, corre el peligro de desaparecer.

La tendencia mundial, obligada por el avance de la tecnología, nos lleva a una situación de total interdependencia y de liberación del comercio.

No existe duda alguna que la competencia es el más eficaz incentivo para lograr la eficiencia. Para sobrevivir en el mundo actual de los negocios es vital ser competitivos.

Ante la perspectiva de un incremento de la necesidad y la conveniencia para abrir gradualmente nuestros mercados a la competencia internacional, la empresa exportadora no debe temer ser desplazada de su propio mercado, pues si ha logrado competir con éxito en el exterior desplazando a otros exportadores, contará en su propio mercado con condiciones más favorables para continuar con éxito sus operaciones.

El competidor eficiente en su propio mercado, - gracias a la actividad exportadora, está en posibilidades de competir con una oferta que reúna las características de calidad y diseño a nivel internacional con mayores volúmenes y mejores condiciones de entrega; - una oferta con mejores precios y términos de pago más atractivos; una oferta cuya comercialización será el resultado de las más modernas y adecuadas estrategias de distribución y comunicación; una oferta presentada por un negociador internacional, que cuente con los argumentos más convenientes y convincentes para desviar en su favor la aceptación del consumidor mexicano.

Por lo tanto el futuro de la empresa se asegura con la exportación.

C A P I T U L O I I I

POR QUE MEXICO NECESITA EXPORTAR.

A) COMO LA EXPORTACION PERMITE OBTENER BENEFICIOS.

La exportación implica dejar de depender tan sólo de las posibilidades y limitaciones que presenta un mercado interno, quizá demasiado competido y muy proba**bl**emente demasiado estrecho y con perspectivas moderadas de crecimiento. El administrador moderno es aquel capaz de considerar al mundo como su mercado.

Una administración inteligente supone la certeza de que el mercado que se pretende abastecer, entendiéndose éste como una limitación geográfica, reúne -- las características necesarias para calificarle como el que presenta las mejores posibilidades para la empresa a corto, mediano y largo plazo.

No tendrfa validez alguna el argumento de considerar abastecer la demanda actual del mercado interno, para pensar posteriormente en concurrir a otros mercados, si existe la posibilidad de obtener mayores beneficios -en su concepto real- en algún otro mercado del exterior. Sólo sería justificable el dirigir las actividades de venta primordialmente al mercado interno si existe la seguridad absoluta de que ésta es la mejor -

manera de contribuir al desarrollo actual y futuro de la empresa.

Desde un enfoque empresarial, el objetivo de la exportación lo constituye el obtener beneficios. En primer lugar, el empresario debe exportar para obtener beneficios tomando en consideración que la exportación es una venta; la cual debe aportar beneficios, considerando que es el resultado de realizar operaciones que le reporten el máximo de utilidades a corto plazo, pero siempre y cuando éstas le permitan continuar realizando las subsecuentes en un plazo mediano y además -- que los términos de dichas operaciones contribuyan a -- crear las condiciones propicias para incrementar el volumen de operaciones y con ello el volumen de utilidades a largo plazo.

Debe quedar claro que para que las actividades de una empresa logren el real concepto de beneficio, -- las decisiones de un empresario deben mantener siempre un adecuado equilibrio entre estos tres propósitos fundamentales.

Un administrador que tiene como único objetivo -- el realizar operaciones con el máximo de utilidades -- posibles, está poniendo en grave peligro el futuro de la empresa; de igual forma que toda venta presupone --

los beneficios directamente económicos, o sea las ganancias materiales inmediatas que en principio son la consecuencia de una venta acertada y que por otra parte considera también el futuro del negocio y que gracias a las primeras ventas se abren caminos para posteriores y mayores repeticiones; así también en la exportación deberá prevalecer este criterio.

La verdadera exportación se manifiesta cuando el consumidor final de un mercado exterior acepta el satisfactor repitiendo la compra; en este caso es posible, como lo es también en las ventas que se realizan en el mercado interno, que las primeras operaciones tuvieran en cuenta en menor proporción las utilidades inmediatas y de manera fundamental la posibilidad de conquistar un mercado continuo y rentable para la empresa.

B) EXPORTAR ES BUEN NEGOCIO

Anteponer al concepto de venta que encierra la actividad exportadora cualquier otra circunstancia relacionada con ella, supone olvidar el principio elemental que condiciona la exportación: los trámites administrativos, las técnicas de transporte, los requerimientos del empaque y embalaje, el ordenamiento jurídico y cualquier otra función paralela a la exportación debe conocerse ampliamente y ser tomada en considera-

ción, pero en modo alguno debe modificar los principios generales del comercio que orienten la exportación y que son los mismos que motivan las ventas, es decir, la disposición a riesgo y el ánimo a obtener beneficios.

Al aceptar que el país requiere con urgencia incrementar con afán sus exportaciones con el propósito de nivelar el desequilibrio en sus pagos con el exterior y de obtener, de una manera saludable, ingresos suficientes para financiar la continuación de su proceso de industrialización y con ello acelerar el desarrollo económico, no debemos sin embargo confundirnos y considerar alguno de estos factores como objetivo para que un empresario exporte.

El beneficio del país será resultado de la acción de empresarios, pero de ninguna manera debe ser considerado, desde un enfoque de negocios, como un objetivo para exportar. Por otra parte, la continua exhortación por parte de funcionarios del gobierno y secundado por voces de distintas instituciones, e incluso organismos del sector privado, sobre la urgente necesidad de aumentar nuestras exportaciones y la constante mención de la importancia de los logros en este campo de determinadas empresas, se ha relacionado también -- con un concepto de prestigio en torno a esta actividad; parece como si se afirmara que los exportadores son la

élite de los empresarios. Es innegable que el comercio exterior prestigia ante los mexicanos a los hombres de empresa que lo promueven y realizan; también es indudable que la exportación constituye un desafío a la eficiencia y a la imaginación creadora de un administrador moderno y que únicamente con una capacidad empresarial competitiva a nivel internacional, es factible la conquista permanente de mercados realmente competidos.

C) LA OFERTA DE EXPORTACION ANTE EL MERCADO NACIONAL

En una producción industrial, no resultaría rentable aplicar medidas para superar las características sólo de los productos de exportación; por lo tanto, cualquier decisión en este sentido repercute en ambas direcciones, es decir, en el mercado externo y en el mercado interno.

Cuando el empresario acepta el desafío de la exportación, se inicia en un nuevo tipo de competencia: la de la dirección creativa y el sentido de oportunidad; incursiona además en el campo de la decisión imaginativa, de la planificación y la estrategia.

La exportación, al permitir utilizar en toda su capacidad el potencial de la empresa y al ofrecerle la perspectiva de una demanda prácticamente ilimitada, -

proporciona las condiciones convenientes para aceptar la innovación tecnológica y hacer rentable la modernización de la maquinaria, equipo y procesos productivos.

Sin embargo, la utilización de una tecnología moderna, si bien es cierto, permite reducir los costos de producción y con ello los precios del producto, también exige de producciones en serie y al ampliarse el volumen de producción, es preciso encontrarle un mercado más amplio en que colocarlo. La obligación de renovar maquinaria, equipo y técnicas de producción procede de la necesidad -impuesta por la competencia- de producir con menores costos.

La maquinaria capaz de producir 1000 unidades de un determinado producto y en una determinada unidad de tiempo, se convierte en un problema cuando la tecnología hace aparecer en el mercado una nueva máquina, que en la misma unidad de tiempo, fabrica 2000 unidades de la misma calidad.

En esta carrera de más y mejores producciones - en la que el empresario está involucrado, en la actualidad, es imposible detenerse *aún cuando los verdaderos efectos de esta realidad se vean parcial pero sólo

* Clark W. Reynolds. "La Economía Mexicana": Su Estructura y Crecimiento en el Siglo XX, Pag. 248.

temporalmente desvirtuados por la presencia de un proteccionismo indiscriminado- es preciso continuar agresivamente en la marcha hacia una mayor productividad y consecuentemente hacia una más amplia comercialización que permita colocar las nuevas producciones.

El ampliar los mercados para la absorción de esa mayor producción que las circunstancias exigen de los empresarios que desean seguir siendo competentes, es una de las causas fundamentales de la actividad exportadora.

Exportar es, en nuestro caso, la única manera de aceptar la innovación tecnológica, y aceptarla oportunamente es la única forma de garantizar el futuro de la empresa.

Si nuestro país desea evitar la persistencia de la poca capacidad competitiva a nivel internacional de su industria, es necesario la urgente reestructuración del sistema de protección industrial vigente.

Mientras prevalezcan niveles de protección excesivos e indiscriminados que en realidad actúan como un desestímulo fundamental para las exportaciones, será difícil adecuar nuestro aparato productivo a las exigencias internacionales. Todo parece indicar que ha llegado el momento de iniciar en definitiva el ajuste

general y progresivo del sistema de protección para -- que deje de subsidiar la ineficiencia, y mediante una estructura arancelaria de importaciones cuidadosamente escalonada, se convierta en un aliciente a la exportación de manufacturas y permita también como resultado del mejor aprovechamiento de la capacidad industrial instalada y de más elevados niveles de productividad, el abatimiento de los precios internos y la consecuente ampliación del mercado nacional.

Por otra parte, si nuestro país pretende que -- sean reducidas las restricciones arancelarias, que dificultan el acceso de nuestros productos de exportación a otros mercados, seguramente para lograrlo, tendrfa que ir aceptando las peticiones de estos países, por lo que se refiere a facilitar el acceso de sus productos a nuestros mercados; también es cierto que si los países de América Latina desean acelerar el proceso de integración económica, en un mundo en que las relaciones económicas, cada vez más, se realizan entre bloques económicos, tendrían que ir tomando decisiones más drásticas para liberalizar el comercio regional.

Ante la perspectiva de un incremento de la necesidad y la conveniencia para abrir gradualmente nuestros mercados a la competencia internacional, la empresa exportadora no debe temer ser desplazada de su pro-

pio mercado, pues si ha logrado competir con éxito en el exterior, cuenta en su propio mercado con condiciones obviamente más favorables para continuar con éxito sus operaciones.

Sin embargo, las empresas que no exportan, corren un gran peligro de ser desplazadas por la competencia externa. Ante esta situación, el empresario debe optar por salir a dar batalla en el exterior a la competencia internacional o esperarse algunos años para defenderse en su propio mercado, cuando quizá no exista ya posibilidad alguna de tomar decisiones.

Pero a menor plazo, el peligro más cercano para una empresa, que pasivamente se siente satisfecha con las considerables utilidades que le reporta un mercado cautivo, lo constituye precisamente la oferta de las propias empresas competidoras mexicanas, que a través de la exportación, se han incorporado ya a la competencia internacional, y han recibido los consecuentes beneficios.

El competidor eficiente en su propio mercado, gracias a su actividad exportadora, está en posibilidades de competir con una oferta, que reúna las características de calidad y diseño a nivel internacional; con mayores volúmenes y mayores condiciones de entre-

ga; una oferta con mejores precios y términos de pago_
más atractivos; una oferta cuya comercialización será_
el resultado de las más modernas y adecuadas estrate--
gias de distribución y comunicación; una oferta pre- -
sentada por un negociador internacional.

C A P I T U L O IV

NECESIDAD DE SUSTITUIR LAS IMPORTACIONES

A) COMO AFECTAN LAS IMPORTACIONES AL PAIS

La política de industrialización, con base en la sustitución de importaciones, cobró fuerza en América Latina con motivo de la Segunda Guerra Mundial. Los países latinoamericanos se enfrentaron al problema de que los países que tradicionalmente les habían abastecido de bienes de consumo ya no estaban en posibilidades de suministrárselos.

Incluso en la economía norteamericana, que era la única que estaba trabajando a toda su capacidad dentro del área industrial, una gran parte de su capacidad productiva estaba dedicada a satisfacer necesidades bélicas y por consiguiente afrontaba restricciones fundamentales en materia de capacidad de producir bienes de consumo, incluso para satisfacer sus propias necesidades internas.

Por otra parte, la pequeña industria mexicana se encontraba con perspectivas para concurrir al mercado internacional donde reinaba la escasez, lo que permitió obtener precios elevados para sus productos, aun que éstos no siempre reunieron las condiciones de cali

dad requeridas. Ante esta situación, la mayor parte de los industriales de América Latina, encontraron una interesante posibilidad de empezar a producir manufacturas ligeras, que no estaban disponibles en el mercado mundial y que tenían una demanda nacional ya establecida. Así surgen las primeras manifestaciones importantes de la industria de transformación de América Latina.

Al cesar las condiciones que restringían la oferta internacional de manufacturas -con la transformación de una economía de paz-, México contaba con una planta manufacturera provista de instalaciones incipientes; empresas incapaces de resistir la competencia externa, principalmente de la industria norteamericana, que entraba ahora en una etapa de expansión masiva.

Con el objeto de impedir la penetración comercial extranjera, que amenazaba con aniquilar la industria mexicana, se establecieron medidas proteccionistas más rígidas. La industrialización y el proteccionismo ya no tuvieron un carácter transitorio, para hacer frente a una situación de emergencia, sino formaron parte esencial de una política deliberada para promover el desarrollo económico.

Así nació el modelo de crecimiento "hacia adentro" entendiéndose esto como el esquema que ha venido --

normando la política de México y en general de América Latina durante los últimos 25 años. La industrialización en América Latina y en México se orientó básicamente en aprovechar una demanda establecida.

Si se estaban importando lavadoras, el esfuerzo industrializador se orientaba a satisfacer esa demanda de lavadoras, mediante la producción mexicana de este tipo de productos. Esta fue la pauta: sustituir importaciones mediante la producción nacional de bienes de consumo. Este fenómeno, a medida que generaba empleo, iba ampliando el poder de compra de la población.

El mercado interno se fue expandiendo considerablemente, pues de hecho la sustitución de importaciones fue el elemento más dinámico de crecimiento en toda América Latina, particularmente en algunos países como Argentina, Brasil y México.

Los esfuerzos en favor del desarrollo industrial persiguieron por una parte, las oportunidades de empleo para una población que se reproduce con una extraordinaria rapidez y, al mismo tiempo absorber excedentes de mano de obra rural, diversificar la oferta interna de productos manufacturados, incorporar el progreso tecnológico al desarrollo y por otra parte crear una economía más independiente del exterior.

Para ofrecer una idea respecto de la independencia anterior, cabe destacar que durante 1925 - 1929, - antes de la depresión, en México más de un 30% de la oferta interna estaba integrada por bienes y servicios importados; es decir, 30 centavos de cada peso que gastaban los mexicanos en esa época eran de origen importaciones; tal proporción ha ido decreciendo hasta representar en la actualidad más o menos el 7%. Esta relativa independencia permitió mayor estabilidad, más autonomía al crecimiento económico de América Latina y sobre todo de México.

Sin embargo, todas las políticas tienen una etapa de expansión, de madurez, y entran en una fase en la cual el impacto dinámico comienza a perderse o a no ser tan efectivo como en épocas anteriores. México -- lleva más de 30 años en este esfuerzo industrializador sustitutivo de importaciones. Pero el crecimiento económico de México se ha caracterizado por una desigual mejoría en los niveles de vida de la población, que pone de manifiesto las limitaciones del modelo adoptado y de la política seguida para sostenerlo. En efecto, los términos en que se sustentó este proceso no -- fueron enteramente justos, pues derivaron con el tiempo en un deterioro de la distribución del ingreso. El crecimiento económico de México se pagó con un alto -- precio social.

Un ejemplo de un factor de aliento que se aplicó durante el período de gobierno del presidente Luis Echeverría fue una curiosa exposición "al revés" denominada "En México la mejor inversión". ¿Por qué exposición "al revés"? Porque en la muestra, asentada en el Palacio de los Deportes, en la ciudad de México, D. F., estaban a la vista del público todos aquellos productos que se hacía necesario elaborar en México. Es decir, no se trataba de demostrar orgullosamente "todo lo que se fabrica en el país", sino por el contrario, señalar que existía un desafío apasionante en el que tenían que participar todos los mexicanos: producir lo que aquí se consume.

En la exposición había cientos de artículos que los mexicanos utilizaban, pero que no producían o producían insuficientemente. Aunque en la muestra no estaban todos esos productos, los organizadores lograron reunir 5000, entre los que había maquinaria pesada, máquinas-herramientas, artículos de plástico y ropa.

*Con esta muestra -dijo el doctor José Domínguez de la Peña, coordinador interno de la exposición-, buscamos atraer a posibles inversionistas y empresarios nacionales o extranjeros para informarles con res

pecto a lo que es necesario fabricar en el país; o - - bien, detectamos lo que ellos quisieran fabricar aquí". "El trabajo de nosotros -agregó Domínguez de la Peña-, también es el ir recopilando información para propor-- cionarla a los empresarios con vistas a estimularlos. - Les otorgamos datos en cuanto al régimen legal para -- producir artículos, información técnica y económica, - disponibilidad de mano de obra e incluso todo lo que - se refiere a aspectos administrativos, financieros, -- tecnología e importación de maquinaria".

Uno de los principales motivos que originaron - la creación del esfuerzo denominado "En México la me-- jor inversión", era el hecho de que de los 5000 productos que abarcaba la muestra, 408 de ellos costaban al país la cantidad de \$6,320,000,000.00, suma demasiado eleva da para invertirla fuera de México sin que de ella se_ obtuviera un solo centavo de utilidad. De allí el - - principio de que "En México la mejor inversión".

B) CON QUE PAGAMOS NUESTRAS IMPORTACIONES

Tradicionalmente la capacidad de exportación de nuestro país se ha basado en la de productos provenien tes del sector agropecuario y en menor escala del sec tor minero. Los saldos de las transacciones comercia les después de resultar favorables al país hasta la -

primera década de los años 40's han venido tornándose - crecientemente deficitarios.

En 1960 nuestras importaciones fueron superiores a nuestras exportaciones en 421 millones de dólares; para 1970 la diferencia se incrementó hasta llegar a la cifra de 1509 millones de dólares, lo que significa un crecimiento del déficit de 638 millones de dólares. Es decir, en 1960 los ingresos por conceptos de exportaciones nos permitieron pagar el 64.5% de - - nuestras importaciones, en tanto que durante 1970 sólo pudieron absorber el 57.0%.

Para poder pagar el saldo desfavorable que no - logramos cubrir con los ingresos por concepto de exportaciones, el país cuenta con tres medios adicionales : los saldos favorables en turismo, inversiones extranje ras y empréstitos internacionales.

Por lo que se refiere al turismo, se cuenta con el saldo favorable de los ingresos que obtiene el país por concepto de los gastos que realizan los turistas - extranjeros, menos las salidas de dólares de los turistas mexicanos que viajan al extranjero. Si bien es -- cierto que este concepto ha dejado tradicionalmente un saldo favorable al país, es necesario detectar que este ingreso neto ha permitido financiar sólo una peque-

na porción del saldo desfavorable del intercambio comercial y por otra parte es necesario analizar que los turistas extranjeros que visitan nuestro país son atendidos por agencias que los alojan en hoteles de capital extranjero, que rentan automóviles de empresas de capital extranjero, etc., y por lo tanto, parte de los ingresos por este concepto vuelven a salir del país como utilidades de inversiones extranjeras.

Por lo que respecta a los ingresos por concepto de inversiones extranjeras directas y empréstitos internacionales, cabe mencionar por una parte, que la deuda externa de nuestro país ha pasado de 1053 millones de dólares en 1960 a 3511 millones de dólares en 1970.

Por otra parte es menester no olvidar que si el país obtiene ingresos por concepto de inversiones extranjeras directas, a este ingreso debe reducirse la salida de divisas por concepto de envío de utilidades de estas inversiones, que en 1970 alcanzó la cifra de 351.5 millones de dólares.

Es fundamental establecer una clara diferencia entre el dólar que ingresa a nuestro país por concepto de exportaciones o de turismo, y el dólar que proviene de inversiones extranjeras directas o empréstitos del exterior.

El dólar que ingresa por concepto de exportaciones o de turismo, fue producto de una actividad económica que tuvo lugar en nuestro país, en la que trabajadores mexicanos recibieron un salario y lo agotaron - en el mercado mexicano y lo que es más importante, el dólar que ingresa por estos conceptos es un dólar que se queda en el país, es un dólar que no debemos, que no tendremos que pagar posteriormente.

Sin embargo, el dólar que ingresa por concepto de inversiones extranjeras o de empréstitos internacionales es un dólar que fue generado por una actividad económica fuera del país, por la que recibió un salario un trabajador que no es mexicano y que lo gasta en un mercado que no es el nuestro y que además deberíamos de pagarlo posteriormente; es un dólar que no nos pertenece.

C) FACTORES QUE IMPIDEN LA SUSTITUCION DE LAS IMPORTACIONES

Al analizar las importaciones de nuestro país, se llega a la conclusión de que más o menos el 15% de nuestras importaciones son bienes de consumo. Esta proporción varía según las disponibilidades internas de algunos productos como cereales, oleaginosas, productos pecuarios, etc., cuya producción interna está influida con frecuencia por la presencia de factores climáticos.

La estructura de las importaciones de mercancías muestra que el 85% restante está compuesto por bienes de capital, es decir, maquinaria y equipo y bienes intermedios; por consiguiente, restringir las compras externas de estos productos obtaculizarían el proceso de formación de capital y crearía serios problemas en el abastecimiento de equipos y de insumos para la industria nacional que se encuentra actualmente en operación.

Para entender claramente porqué el país necesita importar cada vez más, es necesario considerar que en función del aumento demográfico de nuestro país, más de 600 mil personas acceden al mercado de trabajo cada año y este número va creciendo año con año.

Es necesario por lo tanto, crear cerca de 600,000 nuevos empleos cada año para que el desempleo en nuestro país no se incremente.

Se considera que de estos 600,000 empleos, la mitad deben crearse en el campo, porque más o menos así es la proporción de la población; de la otra mitad, el 50% deberá ocuparse en los servicios: comercio, gobierno, transportes, etc., y la otra mitad, es decir, aproximadamente 150 mil personas, deberán incorporarse a las industrias.

Para que las industrias mexicanas puedan absorber cada año a estos 150,000 nuevos trabajadores, es indispensable que las empresas existentes amplíen su capacidad de producción y además es necesario crear nuevas industrias. Sin embargo, para que esta ampliación de la producción pueda llevarse a cabo, para que estas industrias nuevas puedan operar, será necesario que se importe la maquinaria y el equipo que nuestro país aún no está en condiciones de producir, es decir, si queremos producir más empleos en la industria, tendremos que importar cada vez más y es indudable que la industrialización constituye una alternativa viable para edificar una sociedad moderna capaz de brindar a los sectores mayoritarios de la población niveles de bienestar materiales, cada día más cercanos a los que disfrutaban los países desarrollados.

Desde el ángulo de las importaciones, tenemos una gran inflexibilidad. Necesitamos nueva maquinaria y equipos para crear industrias, para expandirnos, para crear empleos, para ampliar el mercado interno, pero también necesitamos muchas de las importaciones que estamos efectuando actualmente, porque son indispensables para que siga funcionando el aparato industrial que tenemos.

No podemos suprimir de la noche a la mañana las

importaciones de determinadas materias primas, porque en ese mismo momento se paran las fábricas que las están utilizando.

Estamos vinculados al comercio exterior por esas dos líneas de abastecimiento de materias primas de origen industrial y de maquinaria y equipos necesarios para la expansión y conservación del complejo productivo.

C A P I T U L O V

LA INDUCCION DE LA EMPRESA MEXICANA AL COMERCIO EXTERIOR

A) DISPOSICIONES LEGALES.

* Exportación Definitiva.- Envío de mercancías del país para su uso o consumo en cualquier país del extranjero.

* Exportación de Muestras.- Exportación temporal consistente en el envío de muestras al exterior, las que, una vez usadas, se regresarán al país dentro del plazo de un año, sin modificación o alteración. La operación puede dividirse en dos fases: salida de las mercancías y su regreso al país.

Para el despacho aduanal es necesario que las muestras se presenten junto con el Pedimento Aduanal para tráfico terrestre y marítimo, o con una solicitud escrita, cuando se trata de tráficos postal y aéreo. Estos documentos deberán referirse exclusivamente a las muestras.

Tanto en el pedimento como en la solicitud, se asentará que se trata de exportación temporal de muestras, de acuerdo con el artículo 381 del Código Aduanal.

* BNCE, "Guía para la Exportación de Artesanías", Pág. 11.

nero, y se mencionarán también los datos especiales que requiera la operación, así como la descripción de las muestras. Estos documentos se harán por quintuplicado y se podrá solicitar de la aduana, en caso de así necesitarse, copias certificadas de ellos.

Si la exportación de las muestras causa algún impuesto, éste puede garantizarse, así como la multa - que pudiera llegar a causar, mediante depósito bancario o fianza.

Para el regreso de las muestras, la entrada de aduanas fronterizas se hará al amparo del ejemplar certificado del documento de exportación (pedimento o solicitud de exportación).

Para que se efectúe el reconocimiento, el interesado presentará solicitud por triplicado.

Exportación común definitiva.- Esta es la otra forma de remitir muestras. Su característica principal es la que de los productos empleados no retornarán al país, sino que quedarán definitivamente en el extranjero. Su trámite es más expedito en todos los tráficos.

En tráfico aéreo las aduanas permitirán la exportación de mercancías con la sola presentación de los efectos a los empleados de servicio en los aero-

puertos internacionales. El Vista, en el propio aeropuerto, efectuará la clasificación arancelaria y expedirá una boleta por cada bulto o bultos destinados a una misma persona. En su caso, el mismo Vista cobrará los impuestos y derechos que se causen. Para todos los bultos que contengan únicamente mercancías exentas, y estén comprendidas en un manifiesto, se expedirá una sola boleta en favor de la empresa porteadora.

En tráfico postal, las mercancías serán entregadas por los interesados a la oficina postal de cambio respectiva, con el objeto de que las presente desde luego a los empleados fiscales y éstos hagan el reconocimiento aduanero y expidan las boletas de liquidación.

Hecho esto, la oficina postal de cambio podrá llevar a cabo la expedición de los bultos recibidos, previo cobro de las prestaciones fiscales prestadas, y en su caso, exigir el cumplimiento de los requisitos especiales que deban satisfacerse. Si la exportación se pretende llevar a cabo en un lugar en que no exista aduana, los interesados entregarán las muestras a la oficina de correos de la localidad para que las remita a la de cambio correspondiente, y ésta proceda como se indica en los párrafos anteriores.

En tráfico terrestre, la exportación de muestras

cuyo valor no exceda de \$5,000.00, se permitirá con la sola presentación de los efectos, donde el Vista recaudador efectuará la clasificación arancelaria, cobrará los impuestos que se causen y expedirá una boleta por cada exportación, aún tratándose de mercancías exentas.

Iniciación y Terminación de la Exportación.- La exportación principia en la fecha de presentación de las mercancías a las oficinas aduaneras y termina con la salida de las mismas del territorio o aguas nacionales.

Las cuotas, precios oficiales, tipos de cambio y prohibiciones que deberán aplicarse, serán las vigentes en la fecha de presentación de las mercancías, en las oficinas aduaneras.

B) DOCUMENTACION.

* **Pedimento de Exportación.**- Es el documento oficial para solicitar el despacho de las mercancías en los tráficos terrestre y marítimo y para las exportaciones temporales de muestras por los mismos tráficos.

Este documento deberá presentarse por sextuplicado. En caso de que el pedimento se componga de dos

* BNCE, "Guía para la Exportación de Artesanías", Pág. 14.

o más hojas, éstas se numerarán progresivamente; estarán escritas en forma clara y en cada folio se pondrá, en cifras únicamente, la suma parcial de bultos y, al final del pedimento, se escribirá, con número y letra, la cantidad total de ellos.

Los bultos se detallarán en la columna respectiva, por su número de acuerdo con los que ampara la -- factura comercial salvo que carezcan de numeración, -- tengan marcas y números iguales, o la misma marca y numeración progresiva, o compongan una partida de bultos, uniformes en peso y contenido, pues en este caso se -- formulará una sola declaración para todos ellos. Por -- otra parte, si la mercancía careciera de empaque y cada pieza no constituyera de por sí un bulto, bastará -- expresar que se trata de un lote.

Las mercancías, objeto del despacho aduanero, -- se detallarán en la columna "Manifestación de las Mercancías" en la forma siguiente: invariablemente se tomará y asentará el peso bruto y el legal neto, número_ de piezas pares, o el de las unidades que deban ser-- vir de base para la aplicación de cuotas arancelarias. En el caso de las mercancías gravadas sobre metro cua-- drado, se determinará la longitud y el ancho, pudiendo éste ser tomado y asentado en conjunto por la semisuma de los anchos máximos y mfnimos de cada pieza. Si se

trata de varios bultos, que estén comprendidos en una misma clasificación, se expresará si lo asentado es total o si corresponde a cada bulto. Por otra parte, -- cuando en un mismo bulto o en una partida de bultos -- uniformes en peso y contenido se encuentren mercancías diversas entre sí y algunas de ellas se graven sobre peso bruto, se asentará el peso legal de cada una de las mercancías contenidas, independientemente de las -- cantidades de unidades que exija la liquidación de cada una de las mercancías no gravadas sobre el peso bruto.

En los casos de que se trate de diversos bultos con mercancías de igual clase arancelaria, se podrán -- asentar los datos según el promedio que resulte de distribuir el peso bruto y de más unidades del total de la partida, entre los bultos que la formen. Una vez -- realizado lo anterior, según sea el caso, se anotará la clase arancelaria de la mercancía, la fracción y -- cuotas aplicables de la tarifa de exportación y los valores comercial y oficial.

En cuanto al valor comercial declarado, éste será el de las mercancías en el lugar de venta y se manifestará en moneda nacional, asentando un renglón inmediato, abajo de este valor, la suma correspondiente al flete, seguro y otros gastos hasta el puerto de salida.

Hay que declarar que los valores antes señalados deberán manifestarse por cada partida de mercancía de una misma clase, por lo que el monto de otros gastos que no sean por fletes y seguros que figuren en globados, se asignarán proporcionalmente al valor de cada partida, en los renglones correspondientes.

Por tanto, es obligatoria la declaración del valor, aún en el caso de no requerirse o presentarse factura, ya que si dicho valor sobrepasa al oficial, servirá para efectuar el cálculo de la "Cuota Ad Valorem"; si no lo sobrepasa, entonces se estará al valor oficial declarado para la mercancía de la Tarifa del Impuesto General de Exportación.

Al final del pedimento, se manifestará, bajo protesta de decir verdad, el nombre y domicilio del remitente de las mercancías, aún cuando sea éste el mismo que suscriba el documento y, por último, se pondrá el lugar, la fecha y la firma de quien presentó o despachó el pedimento de referencia. Cuando se trata de una exportación temporal, también se deberá establecer claramente que la operación de despacho es de tal índole y se amparará invariablemente en el artículo 381 del Código Aduanero.

Es necesario hacer notar que no se requiere pedi

mento de exportación, en las operaciones definitivas correspondientes a pequeñas exportaciones, cuyo valor comercial sea de hasta \$5,000.00; y además en tráfico postal y aéreo.

Factura Comercial.- Este documento es de presentación obligatoria en las oficinas aduanales, para exportaciones cuyo valor comercial sea mayor de \$ 1,000.00, pues debe agregarse al pedimento o a las boletas de liquidación, según sea el caso.

En las exportaciones temporales de muestras no se exige la presentación de la factura comercial, pero en su lugar se pide una declaración del valor.

Los datos y requisitos necesarios en este documento aduanal son los siguientes:

1.- La factura se formulará en tres ejemplares para efecto de exportación. Cuando el país exportador estipule el requisito de visa consular, deberá pedirse al consulado del país de que se trate, e inquirir qué información debe figurar en los tantos extras o en los juegos completos que se requieran.

2.- Debe formularse en español.

3.- Contendrá el lugar y la fecha de expedición.

4.- Aparecerá el nombre y domicilio del destinatario de la mercancía.

5.- Señalará también, las marcas, números, clases y cantidades parciales de bultos y el total de ellos. La falta de alguno o algunos de estos datos -- puede ser cumplida por el interesado o el agente aduanal, o bien se aceptarán los que consten en la lista de empaque, quedando agregada en este caso dicha lista o la factura comercial.

6.- Es necesario, así mismo, establecer la especificación comercial de las mercancías y el detalle de ellas en cuanto a clase, cantidad de unidades y valor. En ningún caso se aceptará como especificación comercial de las mercancías la que está en clave.

7.- El vendedor declarará el valor comercial de las mercancías, de acuerdo con el que tenga en el lugar de su venta, sin inclusión de impuestos ni gastos por fletes, primas de seguros y maniobras, hasta el lugar de salida, aún cuando el envío se hiciera en comisión. En el caso de que las exportaciones se hicieran al comprador extranjero, bajo contrato autorizado o intervenido oficialmente, entonces se consignará en la factura el precio convenido en la contratación. La persona que firme dicho contrato será responsable ante la autoridad aduanal de la exactitud de los valores -

contenidos en la factura comercial.

8.- Finalmente, es obligatorio señalar el domicilio del vendedor, así como asentar su firma autógrafa, cuando menos en el ejemplar original o principal, pues en las copias restantes bastará el facsímil o sello del propio vendedor.

Conocimiento de Embarque.- Este documento que recibe varios nombres, según sea el medio de transporte usado, es el comprobante de la consignación de las mercancías, y para que tenga plena validez debe incluir la conformidad de la empresa porteadora, en el sentido de que se ha cumplido con las obligaciones pactadas entre ésta y el remitente.

Desde el punto de vista legal, el conocimiento de embarque tiene tres funciones básicas que son:

- 1.- De título de propiedad,
- 2.- De contrato de transporte, y
- 3.- De recibo de la mercancía.

Por tanto, el conocimiento de embarque es un documento negociable. Si se toma como medio de transporte, este documento recibe las siguientes designaciones:

- 1.- Conocimiento de embarque marítimo,

- 2.- Conocimiento de embarque por camión (talón o gufa).
- 3.- Conocimiento de embarque por ferrocarril (talón de express).
- 4.- Conocimiento de embarque por avión (gufa aérea) y
- 5.- Conocimiento de embarque por correo (recibo postal).

Factura Consular.- Este documento puede ser exigido por las autoridades de aduanas en el país importador.

El trámite directo de la factura consular se -- realizará ante consulado del país de que se trate, radicado en nuestro país, ya sea en la capital o en alguna otra ciudad de la República.

Póliza de Seguro de Transporte.- Su expedición corresponde a las compañías aseguradoras del país. Su finalidad es amparar al exportador frente a los riesgos a que se exponen las mercancías durante el lapso de su transporte desde la bodega del vendedor hasta el punto en que las mercancías queden a la libre disposición del comprador. Una práctica recomendable estriba en que la póliza de este seguro incluya el monto total del valor correspondiente a las mercancías, así como -- el costo de flete de transporte y del seguro. Para -- que el seguro mencionado brinde una cobertura adecuada, es necesario que capte los riesgos ordinarios afec

tos al medio de transporte que se utilice, más los inherentes a la naturaleza de las mercancías transportadas o a las circunstancias específicas relacionadas -- con el embarque.

Los riesgos ordinarios incluyen, entre otros, - los siguientes: rayo, incendio, explosión, varadura, - hundimiento, colisión y pérdida de bultos por entero - caídos al mar durante las maniobras de carga y descarga o trasbordo. En cuanto a los riesgos adicionales - más frecuentes, se pueden señalar: roturas, oxidación, mojaduras, huelga, robo, guerra y contacto con otras - cargas. Finalmente, es oportuno aclarar que las pólizas de seguro para transporte de mercancía, no cubren - todas las eventualidades o riesgos, a pesar de que en ellas se encuentra la cláusula que dice "a todo riesgo", toda vez que en el cuerpo de dichas pólizas se advierte que quedan excluidos riesgos como aquéllos que afectan a las mercancías en su valor comercial, es decir, en los casos de entrega tardía, pérdida de mercados y otros similares. Desde otro punto de vista, la póliza de seguro es un documento que se requiere tanto, para efectuar el cobro de embarque como para solicitud de crédito.

Certificado de Origen.- Es un comprobante de - que los productos vendidos son originarios o se produ-

cen en el país del exportador. Su trámite y obtención corresponden al exportador, a petición de su comprador en el extranjero y los organismos que lo expiden son generalmente las cámaras de comercio que al final de la factura comercial inscriben un texto especial al efecto. Para el caso de ventas a países de la Asociación Latinoamericana del Libre Comercio (ALALC), el certificado de origen será otorgado por la Secretaría de Industria y Comercio.

Certificado de Calidad.- Cubre requisitos propios del comprador, quien desea contar con seguridad plena con relación a las materias primas, proceso de fabricación y control de calidad usado en la manufactura de las mercancías.

Su trámite y obtención corresponden al exportador, y el costo, a la parte que se haya obligado a ello, en la determinación mutua de las variaciones o características especiales de las cotizaciones aceptadas.

La Secretaría de Industria y Comercio, por conducto de la Dirección General de Normas, puede proporcionar este documento; también las empresas privadas y establecidas para efectos de control de calidad.

Solicitud y Permisos de Exportación.- La Secre

tarifa de Industria y Comercio, a través de la Dirección General de Comercio, es la dependencia oficial que otorga estos documentos. Para ello, se requiere presentar una solicitud en cuatro tantos.

Este permiso no se requiere cuando el valor de las mercancías enviadas al extranjero no sobrepase la cifra de \$ 200.00.

C) ARANCELES Y RESTRICCIONES.

Las fracciones arancelarias que la Tarifa del Impuesto General de Exportación contiene para la exportación de todos los productos artesanales y en general, se integran de la siguiente manera:

(1) Fracción (2) Nomenclatura (3) Unidad para la aplicación (4) Cuotas: específica y ad valorem (5) Precio oficial.

El elemento número (1) determina el orden numérico de la fracción arancelaria que permite su rápida localización.

dichos números están formados por siete guarismos, separados en tres porciones, que los agrupan en tres para la primera y dos para la segunda y tercera porción. Entre cada agrupación de números, se ha colocado un guión para separarlas, ejemplo: Fracción - -

665-00-14.

El elemento siguiente que tiene el número (2) - se destina a la nomenclatura, o sea, la descripción del o de los productos que se especifiquen en la fracción.

El elemento número (3), estipula la unidad de medida que servirá de base de cálculo de los impuestos de exportación. Estas medidas pueden ser: G.N. (gramo neto), K.B. (kilogramo bruto), K.N. (kilogramo neto), G.L. (gramo legal).

El siguiente elemento de la clasificación arancelaria con el número (4), corresponde a las cuotas base del cálculo para el pago de impuesto de exportación. Ellos son dos y se aplican según la unidad utilizada - como: K.B. ó G.N. etc., y puede ser cuota específica - que se manifiesta en pesos y centavos y Cuota Ad Valorem, expresada en porcentajes y que se aplica sobre el valor comercial de los productos. El elemento final - es el número (5): precio oficial.

Aunque no siempre haya indicación de un precio oficial determinado, siempre será un elemento fundamental para llegar a la cuantificación del impuesto a pagar, toda vez que ya se ha indicado que en los casos - en que se establezca algún precio oficial, ésta será - el precio mínimo de las mercancías para efectos aduaneros

en caso de no existir, o de no haberse fijado un precio oficial, el valor de las mercancías que aparece en las facturas siempre se considerará como manifestado - bajo juramento de decir verdad.

En resumen: si el precio oficial que figura en alguna fracción arancelaria fuera, por ejemplo, de - \$30.00 el K.B. y la factura comercial señalara un precio de \$20.00 el K.B., los impuestos se calcularían -- con el precio oficial de \$30.00 el K.B.; empero si la factura comercial que se presenta asentara un precio - de \$50.00 el K.B., entonces los impuestos se calcula-- rían tomando como base dichos \$50.00 por cada K.G. que se exportase. El elemento que se comenta se ha coloca do como segundo párrafo o como una línea final abajo - de la descripción completa del producto.

Cabe señalar que existen otros elementos en la estructura de la fracción arancelaria, que por corresponder a disposiciones que generalmente son de control de administración de dependencias generales distintas - de las aduanas pero, que por disposición legal tienen - que aplicarlas, impidiendo la exportación si no se ha cumplido con ello , se incluyen por medio de señales o llamadas especiales.

D) COTIZACIONES.

La venta de mercancías a clientes del exterior, se basa en el acuerdo que ambas partes contratantes -- (vendedor o exportador y comprador o importador) manifiestan en cuanto a calidad, cantidad, plazo de entrega, forma de pago y precio de los productos.

Las cotizaciones se refieren fundamentalmente al precio en que son ofrecidos los artículos, junto con una serie de acuerdos de vendedor y comprador en lo referente a forma y lugar de entrega: transporte, empaque, documentación especial, aseguramiento de las mercancías, etc.

Es decir, para poder responder a la pregunta -- ¿cuáles son los gastos que habrá que tomar en cuenta a fin de colocar los efectos de exportación a la libre disposición del importador?

Es necesario tener en cuenta el siguiente razonamiento: se tomará como ejemplo para responder a la anterior pregunta la venta de productos artesanales.

Para vender productos artesanales en los mercados de nuestro país, es necesario saber el valor de -- los diversos costos que formarán el precio final de dichos productos, tales como el costo de las materias --

primas utilizadas, a saber: el barro, anilinas, vidrio, hoja de lata, piel, hierro o cualquier otra; el beneficio o utilidad que se obtendrá por el trabajo y esfuerzo realizado en su producción; el empaque o envases para trasladarlo al punto de venta; el costo del transporte necesario para su traslado, etc.; ahora bien, cuando la venta es a un cliente en el extranjero, estos costos pueden ser en mayor número y también en mayor valor, pues las distancias que separan al comprador, la competencia que otros artesanos de otros países realizan en el mercado y las exigencias del último comprador o usuario de las artesanías en aquellos aspectos de presentación comercial, temporadas de venta, etc., obligarán al exportador a mejorar o a ajustar su producto a las condiciones del mercado.

Además es menester prestar especial atención a los datos que se incluyan en las ofertas en que los mexicanos artesanos presenten a sus potenciales compradores en el extranjero, toda vez de que el futuro cliente pueda saber si le es costeable comprar las artesanías que se le proponen, debe saber no sólo el precio de venta de éstas, sino también la cantidad de unidades comerciales que puedan ser surtidas en cada una, por un lapso determinado; por otra parte los datos del tamaño, peso, materiales que se utilizan, colores, clases, variaciones que se presenten, normas de cali-

dad empleadas, etc., le formarán una idea completa de las conveniencias e inconveniencias de la oferta y con base en ello resolverá si comprar o no.

Por lo tanto, se ha tenido que hacer un arreglo internacional para establecer las obligaciones y derechos que vendedor y comprador deben cumplir o deben exigir; estas reglas se conocen como Términos Internacionales de Comercio de 1953.

Con base a estas disposiciones, las partes interesadas podrán negociar sus condiciones de venta y de compra y así resolver los problemas de a quién de ellas le corresponde pagar éste o aquel servicio; qué documentos se deberán entregar con las mercancías y en qué lugar los productos pasan a la propiedad y responsabilidad del vendedor a las del comprador.

E) FINANCIAMIENTO Y SEGURO DE CREDITO

Fondo para el Fomento a las Exportaciones de Productos Manufacturados (FOMEX).- Este fondo creado por la Ley de Ingresos de la Federación para el año de 1962, en su artículo I, fracción X, inciso 4 (Diario Oficial de la Federación del 30 de Diciembre de 1961), administrado en fideicomiso por el Banco de México, S. A., constituye un valioso complemento a la canalización de recursos del sistema bancario para el fomento a las

exportaciones.

El Fondo, que se forma con el 10% de sobre impuesto a la importación de algunos productos considerados como de lujo y con líneas de crédito del Banco Interamericano de Desarrollo (BID) otorga financiamiento para la producción de manufacturas, existencia de productos terminados que se destinen a la exportación, -- así como ventas a plazos al exterior de mercancías y servicios.

Otorga apoyo financiero a la producción de equipos e instalaciones para sustituir importaciones y a la compra-venta en el mercado doméstico de la industria fabricante de equipos o instalaciones, que se hubieran realizado en competencia con proveedores extranjeros.

A través de las operaciones de garantía, protege al exportador de los siguientes riesgos: inconvertibilidad y/o intransferibilidad de fondos, falta de pago al exportador por requisición, expropiación o confiscación de bienes e incumplimientos del importador y compensación al exportador por costos elevados de garantías bancarias del exterior.

La garantía del Fondo nunca excede del 90% del precio del bien o servicio, objeto de la exportación.

Las operaciones del Fondo no son directamente con los exportadores, sino a través de los bancos de depósito y las sociedades financieras del país, estando condicionadas a que el porcentaje de elaboración nacional dentro del costo directo de producción no sea inferior al 50%.

Fondo de Equipamiento Industrial (FONEI).- El Gobierno Federal, representado por la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, constituyó un fideicomiso en el Banco de México, denominado "Fondo de Equipamiento Industrial", al cual se refiere el artículo 19o. del Presupuesto de Egresos de la Federación para el año de 1972, publicado el 28 de Diciembre de 1971 en el Diario Oficial de la Federación.

Este Fondo opera como institución de segundo piso; es decir, a través de las instituciones de crédito intermediarias; cuenta con recursos propios y del exterior para financiar la instalación y/o equipamiento de nuevas plantas, cuyos artículos a producir cuentan con posibilidades de ser colocados en el mercado del extranjero o sustituyan competitivamente importaciones, así como para ampliar o modernizar plantas industriales ya existentes con los mismos propósitos.

Para financiar la adquisición de activos fijos

destinados a nuevos proyectos, los inversionistas deben aportar un mínimo de 25%; el intermediario financiero, por lo menos 10% y el FONEI un máximo de 65%. - En el caso de la modernización o ampliación de empresas, las aportaciones mínimas que se exigen al inversionista y al intermediario son, respectivamente, 20% y 8%; el FONEI proporciona el restante 72% como máximo. Además, el Fondo financia parcialmente (hasta 80%) los estudios de factibilidad de proyectos industriales tendientes a fabricar artículos designados al mercado interior o que sustituyan importaciones, correspondiendo el resto únicamente al inversionista.

Créditos y Fideicomisos del Banco Nacional de Comercio Exterior.- Esta institución, creada para el fomento exterior, destina una proporción muy significativa de sus recursos al financiamiento de las exportaciones y las pre-exportaciones.

Opera créditos a las exportaciones, principalmente de productos agropecuarios y de manufacturas. - Asimismo, tiene una línea de crédito para la pre-exportación cuyos recursos se dedican al fomento de la producción de aquellos artículos manufacturados susceptibles de ser exportados.

Con propósito análogo, esta institución concede

financiamiento a la producción agropecuaria, especialmente en los renglones básicos de exportación.

El banco, a través de su Departamento Fiduciario, maneja los Fondos de la Cera de Candelilla dirigidos a regular las operaciones de exportación de este producto.

Fideicomisos relacionados con la agricultura -- (FIRA).- El Fondo de Garantía y Fomento a la Agricultura, Ganadería y Avicultura, y el Fondo Especial para Financiamientos Agropecuarios, constituyen sendos fideicomisos en el Banco de México, para fortalecer el desarrollo de las actividades agropecuarias en el país. Los recursos de ambos fondos provienen del Gobierno Federal y de agencias y bancos internacionales: AID, BID, BIRF, etc.

Seguros de Crédito a la Exportación.- A partir del mes de Junio de 1970, los exportadores mexicanos disponen del seguro de crédito de exportación, el cual les permite protegerse contra las pérdidas que están expuestos debido a la eventual falta de pagos de los créditos que otorgan a sus compradores en el extranjero.

Esta protección cubre riesgos de carácter exclusivamente comercial, es decir, es aplicable en los ca-

sos en que la falta de pago se produzca a consecuencia de la insolvencia del deudor. Además de esta protección, el seguro ofrece otras ventajas al exportador, entre las que se destaca la posibilidad de aumentar -- sus ventas a crédito con una afectación mínima de su -- posición financiera, debido a la garantía indemnizatoria con que se cuenta en caso de falta de pago; esto , a su vez, le facilita el acceso al financiamiento bancario de tasas probablemente menores y lo coloca en -- mejor posición competitiva en los mercados internacionales al permitirle otorgar mejores facilidades crediticias.

Otra importante ventaja estriba en el hecho de que el seguro de crédito ayuda al exportador a agilizar su política de comercialización, sobre todo en lo que se refiere a la forma de documentar sus créditos, ya que gracias a este nuevo mecanismo puede sustituir la carta de crédito y el aval bancario por el crédito, documentarlo a la cuenta corriente, sin disminuir su seguridad.

El seguro de crédito de exportación es otorgado por la Compañía Mexicana de Seguros de Crédito (COMECEC).

F) INCENTIVOS Y AYUDAS

Impuestos a la Exportación.- En términos generales, los productos manufacturados cuentan con la exen--

ción total de impuestos de exportación. De esta disposición se exceptúan algunos productos, a los que se les aplica una tasa impositiva, a fin de proteger al consumidor nacional.

Impuestos sobre Ingresos Mercantiles.- El régimen fiscal mexicano establece la reducción en un 100 % de la participación federal del Impuesto sobre Ingresos Mercantiles. Este impuesto es del 3% y se forma de una cuota federal cuyo monto es de 1.8%, y de una cuota estatal que equivale al 1.2%; en consecuencia, la reducción fiscal es la primera, o sea la federal. En ciertos casos, el gobierno de la entidad federativa reduce o exime totalmente la otra cuota, o sea el 1.2%.

Draw Back o Devolución de Impuestos a la Importación.- Este incentivo fiscal consiste en que las autoridades hacendarias federales devolverán al exportador, que para fabricar sus productos necesite la importación de alguna o algunas materias primas, o algunos productos semielaborados, los impuestos que hubiera pagado por su introducción al país. Esta devolución se efectúa mediante el establecimiento de un crédito fiscal a favor del exportador que podrá utilizar para el pago de algunos otros impuestos de los que fuere causante (CEDI).

Impuesto sobre la Renta.- Este otro incentivo

puede llegar hasta un 50% de reducción del impuesto sobre la renta por las utilidades que la empresa obtenga a consecuencia de las ventas de exportación. Las reducciones de impuestos anteriores no son compatibles - ni acumulables con otros motivos de deducción, toda vez que se aplican por el total de los impuestos federales, bien sean los de importación o los de ingresos mercantiles. Ahora bien, si los fabricantes nacionales disfrutan de las reducciones establecidas conforme a las normas de la Ley de Fomento de Industrias Nuevas y Necesarias, la reducción puede operar únicamente sobre la parte de los gravámenes que no se encuentra exento.

Para disfrutar de las devoluciones, los exportadores mexicanos tienen la obligación de contar con el registro que otorga la Comisión para la Protección del Comercio Exterior.

Otros Incentivos Fiscales.- Es conveniente mencionar brevemente el mecanismo denominado "importación temporal"; en él se establece que se podrá importar temporalmente materias primas o productos semielaborados cuando no pasen del 40% del costo de producción y se mejore su calidad y presentación. Los impuestos de importación bajo este régimen se garantizan mediante fianza o depósito fiscal y al comprobarse la exportación, se cancelará la fianza o se retirará el depósito.

Es aconsejable antes de pedir las mercancías tener - - tanto el permiso de la Secretaría de Industria y Comercio como el de Hacienda y Crédito Público.

En caso de que la mercancía a importar temporalmente esté controlada por la SIC mediante el correspondiente permiso previo de importación, deberá entonces solicitarsele invariablemente su opinión, a través del trámite respectivo del permiso de importación temporal que consiste en formular un escrito o llenar una forma de solicitud, en donde se indique que se trata de operación temporal.

Incentivos Financieros.- A las operaciones de financiamiento de exportaciones alimentadas con recursos del Fondo para la Promoción de las Exportaciones de Productos Manufacturados, se aplica una tasa de interés preferencial sensiblemente inferior a las prevalientes en el mercado local.

Reducción del Flete Ferroviario.- Por otra parte, el Gobierno Federal, con apoyo en el artículo 46 de la Ley Orgánica del Presupuesto de la Federación, ha otorgado una reducción de hasta 50% en la tarifa de los fletes ferroviarios a aquellos productores nacionales que exporten sus productos y que para esto se valgan del transporte ferroviario desde el lugar de -

origen, hasta cualquier punto de salida del territorio nacional.

G) ORIENTACION SOBRE EMPAQUE Y EMBALAJE

La definición de empaque y embalaje puede hacerse esencialmente desde dos puntos de vista: en primer lugar, su utilidad redunda en la amplia protección que dan al producto y, en segundo término, su presentación comercial que es un factor importantísimo en el proceso creativo de demanda.

Esta definición encierra:

* Protección: Con ello se quiere decir que el empaque y embalaje deberán de ser de tal naturaleza -- que resguarden, en circunstancias normales, al producto que contenga de los agentes externos que pudieran dañar su valor económico y su capacidad de intercambio comercial, durante un período determinado.

* Utilidad: Habrá que entender por utilidad, -- las cualidades intrínsecas del empaque y embalaje que permitan al producto que contengan, ser identificado en forma particular, dentro de un grupo de productos similares en el punto de venta; por otra parte, debe--

* BNCE, "Guía para la Exportación de Artesanías", Pag. 54.

rán facilitar su distribución en el mercado y, finalmente, contribuir a proporcionar un uso fácil y conveniente de su contenido.

Motivación de la Venta: Bajo este aspecto el empaque y el embalaje tienen en la actualidad que cumplir con su función de promoción de ventas de una manera eficaz, procurando que el producto se compre una y otra vez por los consumidores.

Costo Económico: Se ha llegado a considerar -- que, posiblemente, una de las más importantes funciones del empaque y embalaje sea la de conseguir que todos los trabajos ejecutados para su creación, deban ser en tal forma conseguidos que propicien el nivel de costo más económico que las circunstancias imperantes en el mercado lo permitan.

Textos e Inscripciones: A este efecto, las descripciones o símbolos deben ser tales que el comprador puede apreciar su contenido, ya sea con sólo verlo o leyendo las explicaciones puestas en el empaque y que no sea necesario abrirlo para tal fin.

Recomendaciones para marcar los Embalajes de Exportación.- La Federación Europea de Empaque y Embalaje, que agrupa a 23 países, incluyendo a Canadá y Estados Unidos, ha adoptado una serie de símbolos y de cla

ves para la identificación, manejo y transporte de los embalajes en exportación, mismos que son de uso general de todo el mundo. El objeto de este sistema es lograr una transportación, identificación y manejo de los embalajes, rápidos y ordenados, lo cual evitará al máximo los daños, averías o pérdidas de éstas.

Para ello, se requiere que los símbolos y claves sean puestos en los lugares previamente determinados, e impresos con la mayor claridad. Estos símbolos y claves no incluyen los aspectos de nombre y marcas comerciales, elementos de publicidad que pudieran llevar los embalajes, ni las especificaciones impuestas por las autoridades del tráfico del país de que se trate.

Para la publicación o uso de los mencionados símbolos y claves se han dividido en principales y secundarios, a saber:

Principales:

- a) Lugar de destino del embalaje.
- b) Lugar de descarga del embalaje.
- c) Puerto de entrada (ejemplo: Guatemala, vfa Puerto - San José)
- d) Clave para el consignatario
- e) Clave para el contrato de compra-venta.
- f) Número total de embalajes con el número de embalaje

de que se trate.

Secundarios:

- a) Peso (neto y bruto)
- b) Dimensiones del embalaje
- c) País de origen
- d) Punto o puerto de embarque
- e) Número de referencia.

Como principio básico de aplicación, se ha establecido que se usen las claves y los símbolos en el menor número posible. De acuerdo con la clase y forma del embalaje, se aconseja que la mercancía de los embalajes se haga de la siguiente manera:

Cajas en general: En dos caras para los embalajes de gran tamaño y en una cara para los de tamaño reducido.

Tambores y barriles: En un lado, procurando -- que queden en la parte alta, o sea, junto a la tapa.

Sacos: Una sola aplicación en el tercio inferior del saco, del lado más amplio y, si fuera posible, en la parte más baja de un lado.

Fardos: Una aplicación en dos lados del fardo.

Ahora bien, los símbolos y las claves principa-

les deben aplicarse en la porción central del área recomendada; si se usa un marco para sello, éste debe ser rectangular. En el tercio superior del área destinada a ser marcada, deben ponerse los símbolos para el manejo adecuado del embalaje, con excepción del que exprese el centro de gravedad y aquel que indique el lugar en donde se deben colocar las cadenas para su carga o descarga.

La parte correspondiente al tercio central de la zona de marcación, es destinada a los símbolos o claves principales y la porción final del espacio, se destina a los símbolos o claves secundarios.

Se recomienda el uso de letras mayúsculas solamente y el tamaño de ellas depende del tamaño del embalaje. Es conveniente que los símbolos o claves principales sean cuando menos de 20 mm.

En cuanto a color, fundamentalmente se sugiere el negro con un fondo que le contraste; en caso de que no pueda usarse este color, se procurará que se combinen aquéllos que contrasten y permitan una legibilidad adecuada.

CONCLUSIONES

El Comercio Internacional es importante, tanto para el desarrollo del país como para el crecimiento de las empresas.

Para poder lograr que nuestra balanza comercial alcance un nivel conservador, es necesario ir sustituyendo, en forma paulatina, las importaciones.

Para apoyar lo anterior, se necesita, por parte del sector empresarial, una actividad dinámica en el sentido de impulsar más las exportaciones a los diferentes mercados internacionales.

La importancia de la Pequeña Empresa, como un sistema base para el desarrollo futuro de la gran industria y como consecuencia del desarrollo económico de nuestro país, no se debe perder de vista por el Licenciado en Administración, por los consiguientes beneficios que pueden resultar de ella al aplicar el Proceso Administrativo.

Exportar es vender más allá de nuestra frontera, lo cual debe llevarse a cabo con la ayuda de las técnicas que permitan una eficaz comunicación con el consumidor y el conocimiento de los mecanismos que relacionan el tráfico entre los distintos países.

El beneficio del país será el resultado de la acción de empresarios eficientes, pero de ninguna manera deberá ser considerado desde un enfoque estricto de negocios, como el objetivo para exportar.

La exportación constituye un desafío a la eficiencia y a la imaginación creadora del Licenciado en Administración, y que únicamente con una capacidad empresarial competitiva a nivel internacional, es factible la conquista permanente de mercados realmente valiosos.

El mecanismo para la exportación se finca en una serie de investigaciones y análisis para recopilar toda la información, misma que será analizada y evaluada hasta determinar la posibilidad de venta del producto, debiéndose obtener la mayor precisión y actualidad posibles, ya sea por los propios medios del exportador o auxiliado por los servicios correspondientes.

Para que la empresa exportadora prevalezca, deberá de actualizar su maquinaria y equipo, adecuará sus productos a las exigencias del consumidor en lo que se requiere a diseño, empaque, fecha de entrega y sobre todo contará con los más avanzados sistemas de control de calidad y precios competitivos.

Los Fondos de Financiamiento para el Comercio -

Exterior, son las fuentes que existen actualmente a nivel nacional para desarrollar las exportaciones de las personas y empresas que se dediquen parcial o totalmente a esta actividad.

Los Organismos Públicos y Privados Estatales y Federales de Apoyo al Comercio Exterior, son medios de promoción en los aspectos administrativo financiero, de asistencia técnica y en la transportación de productos al exterior.

La urgente conveniencia de que la Pequeña Empresa se encamine hacia las exportaciones tanto como la grande y la mediana, es para acelerar el desarrollo del país y tener una forma sana de estimular la productividad de los sectores económicos, siendo necesario para esto, que los mismos empresarios busquen una mejor organización administrativa, financiera, comercial y tecnológica, que los capacite para lograr la madurez en el comercio internacional.

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

Antonio Manero

Organización de Empresas, segunda edición. Editorial - Porrúa, S. A. México, 1958. 388 p.

Parte Primera: Promoción de las Empresas

1. Orígenes y Evolución de las empresas. (pag. 11-15)

2. Clasificación General y Jurídica de las empresas - (pag. 17-24)

Parte Segunda: Constitución Jurídica de las Empresas

1. Formas Jurídicas de Organización (pag. 63-74)

Leopoldo Solís

La Economía Mexicana. I. Análisis por sectores y distribución. Primera reimpression. Fondo de Cultura Económica. México 1975. 452 p.

II. El Sector Industrial. (pag. 145-228)

IV. El Sector externo. (pag. 389-416)

Reynolds, Clark Winton

La Economía Mexicana: Su Estructura y Crecimiento en el siglo XX; primera edición en español, Fondo de Cultura Económica, México 1973. 521 p.

V.- La Urbanización y la Revolución Industrial en México: 1900-1965. (pag. 196-229)

VI.- Pautas y Políticas Comerciales cambiantes: 1900 - 1965. (pag. 236-298)

Granell Trias, Francisco

La Exportación y los Mercados Internacionales. Prólogo de J.L. Artigas Rimbau. Barcelona, España. Segunda -- Edición. Editorial Hispano-Europea. España 1974. 427 p.

Parte III. La Venta en los Mercados Internacionales.

Capítulo 8. Las ofertas de productos. (pag. 149-179)

Capítulo 9. Embalaje y Transporte de las Mercancías. - (pag. 181-214)

Parte IV. Frenos y Aceleradores al Comercio Internacional.

Capítulo 13. El Sector Público y el Fomento de las Exportaciones. (pag. 299-304)

I M C E

Gua de Incentivos Fiscales, Apoyos Financieros y Servicios al Exportador. Segunda Edición. Editado por -- IMCE en los Talleres Gráficos de la Nación, México, -- 1974, 63 p.

Sección 1°. Incentivos Fiscales. (pag. 9-16)

Sección 2°. Apoyos Financieros. (pag. 25-32)

Diario Oficial de la Federación
En México la Mejor Inversión. Cuarta Edición. ALJE --
S.A. México 1975. 7 p.

Banco Nacional de Comercio Exterior S. A.
Guía para la Exportación de Artesanías. Primera edición, BNCE (Centro Nacional de Información sobre Comercio Exterior, Depto. de Publicaciones)
México 1970. 140 p.
Disposiciones Legales para la exportación. (pag. 11-13)
Documentos de Importación. (pag. 14-19)
Financiamiento y Seguro de Crédito a la Exportación. -
(pag. 43-48)
Orientaciones sobre Empaque y Embalaje. (pag. 54-61)

Lic. Carlos Torres Manzo.
Política de Comercio Exterior de México. Sesión Plenaria de Información de Comercio Exterior. Primera Edición, editado por IMCE. México 1976.

Secretaría de Industria y Comercio: Dirección General de Comercio.
Procedimiento para el trámite de las solicitudes de --
Permisos de Exportación. Edición única. Dirección General de Comercio. México 1972.
Folleto # 3.