

UNIVERSIDAD AUTONOMA DE GUADALAJARA

Incorporada a la Universidad Nacional Autónoma de México

ESCUELA DE ADMINISTRACION, CONTABILIDAD Y ECONOMIA



TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

PROYECTO DE EXPORTACION DE EXPRIMIDORES DE CITRICOS A LATINOAMERICA

SEMINARIO DE INVESTIGACION

QUE PARA OBTENER EL TITULO DE:
LICENCIADO EN ADMINISTRACION
P R E S E N T A N
RICARDO LOPEZ LAMAS
MARTIN ENRIQUE MURGUIA LANDA
JORGE ELIZONDO GARZA

GUADALAJARA, JALISCO, 1984.



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

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

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

I N D I C E

	<u>PAGINA</u>
1. <u>INTRODUCCION</u>	1
1.1 DEFINICION EXPORTACION	4
1.2 DEFINICION DE UN PROYECTO DE EXPORTACION	6
2. <u>OBJETIVOS</u>	7
3. <u>LA EMPRESA Y SU CAPACIDAD EXPORTADORA</u>	12
3.1 EL PRODUCTO	16
3.1.1 EMPAQUE Y EMBALAJE	18
3.2 CAPACIDAD ADMINISTRATIVA	22
3.3 CONCIENCIA EXPORTADORA	26
4. <u>EL MERCADO</u>	30
4.1 ANALISIS DEL MERCADO VENEZOLANO, COLOMBIANO Y PERUANO	
VENEZUELA	32
COLOMBIA	47
PERU	61
5. <u>ANALISIS PARA LA SELECCION DEL MERCADO</u>	72
5.1 JUSTIFICACION DE LA SELECCION DEL MERCADO	90

	<u>PAGINA</u>
6. <u>ESTRATEGIA DE PENETRACIÓN AL MERCADO META</u>	94
6.1 ORGANIZACION	100
6.2 COTIZACIONES Y SEGUROS	104
6.3 ESTRATEGIA DE PRECIOS	110
7. <u>DESARROLLO DE UNA COMPRA-VENTA INTERNACIONAL Y SUS FORMALIDADES</u>	114
8. <u>POSIBILIDAD DE PERMANENCIA EN EL MERCADO</u>	120
<u>CONCLUSIONES</u>	121
<u>BIBLIOGRAFIA</u>	123

1. INTRODUCCION

Nuestro país con abundancia de recursos naturales como materia prima de casi cualquier proceso productivo vive la etapa de concientización de la explotación racional de los recursos, su transformación y la manufactura de los productos requeridos para satisfacer la demanda nacional así como la necesidad de incrementar la producción con la calidad y competitividad requerida en los mercados exteriores para lograr obtener las divisas necesarias para compensar la importación de aquellos productos que por diversas causas no se producen en México y que las obligaciones que de ello se derivan en materia de pagos a los países de los que importamos, llevando consigo el compromiso nacional de solventar dicha deuda.

La estrategia económica nacional persigue el objetivo de equilibrar la Balanza de Pagos y encontramos que uno de los factores equilibrantes de mayor valor para el país es la exportación y más que esa definición simple, podemos asegurar que es la diversificación de la exportación que sin quitarle importancia a nuestros productos agrícolas e hidrocarburos, la exportación de manufacturas será el refuerzo necesario para lograr el resultado favorable al país en materia de Balanza de Pagos. Como parte integrante de esa estrategia económica del gobierno federal, a través del Instituto Mexicano de Comercio Exterior, promueve la formación de recursos humanos necesarios para consumir las exportaciones.

Vender a otros países no es fundamentalmente diferente de vender en el propio; los problemas concernientes a vender, otorgar créditos y embarcar, no son sino variantes del ramo de ventas interiores, es cierto que en el comercio de exportación se complican por la distancia, los cambios exteriores y las restricciones de diversos gobiernos, etc.

Se debe penetrar en los mercados exteriores dinámicamente no con la idea de hacer pronto una venta, sino esforzándose por crear una clientela estable, dedicar un estudio preliminar para determinar cuáles mercados producirán los mayores rendimientos; para nuestro producto es importante tener en cuenta no sólo los resultados actuales, sino ver también las posibilidades para el futuro. No hay que tratar de conquistar demasiados mercados a la vez, porque para sacar provecho de cualquier región es un requisito previo apreciar en una forma completa y continua las condiciones locales y sus necesidades especiales.

Al seleccionar este tema nos basamos en los distintos aspectos que nos llevaron a tomar esa decisión como las facilidades o incentivos que aporta el gobierno federal para motivar esta actividad en todos los sectores, dada la importancia que reviste la captación de divisas para el país; la actual situación de nuestra moneda frente al dólar, muestra una gran ventaja para los exportadores mexicanos ya que nos coloca en una situación preferencial en el mercado internacional, cotizándose los productos mexicanos y en esto como nuestros exportadores, en un excelen-

te precio de venta en el mercado. Este punto forzosamente debe estar respaldado por una excelente calidad logrando con esto la mencionada permanencia en el mercado, que es la meta esencial del comercio internacional.

A través de los capítulos que se desarrollan en este proyecto nos daremos cuenta de la factibilidad de introducir los exprimidores al mercado latinoamericano y posteriormente la forma de buscar la mejor manera de introducirlos y comercializarlos al país que se elija para ello.

1.1 DEFINICION EXPORTACION

Se puede decir que una exportación es una operación que supone una salida de mercancías fuera de un territorio aduanero y que producen como contrapartida una entrada de divisas.

Aunque en lenguaje corriente el verbo exportar significa vender, transportar al extranjero productos de la agricultura o industria nacional, debemos insistir sobre los elementos básicos de esta definición.

Vender lleva consigo como contrapartida una liquidación.

El término extranjero se debe comprender en este caso en su esencia, ya que esta palabra corre el riesgo de carecer, para esta situación de la objetividad requerida, si no está corroborada por el concepto de mercado situado más allá de las fronteras.

En sentido económico se entiende por frontera todo el territorio aduanero.

Vender en el extranjero significa sacar una mercancía del territorio aduanero y recibir en pago moneda extranjera, es decir diferente de la que tiene fuerza liberatoria en el mercado interior.

En comercio exterior, las monedas extranjeras reciben el nombre de divisas.

Las divisas se llaman convertibles cuando se pueden cambiar libremente en moneda extranjera al curso oficial definido para ciertos países por el Fondo Monetario Internacional.

Sin embargo, en ciertas ocasiones la actividad de los exportadores puede dar lugar a liquidaciones efectuadas en moneda del país vendedor.

En este caso no es posible llevar a cabo lo último mencionado ya que sabemos que la situación requiere de la captación de divisas pero convertidas en dólares, y esto será un factor importante inclusive para seleccionar al país al que se exporte, tomando en cuenta su posibilidad para proporcionarnos cosas divisas como contrapartida o liquidación a nuestras mercancías que en este caso son los exprimidores de cítricos que se describirán más adelante en el capítulo 3.1 sobre el producto.

La exportación nos permitirá:

A México una entrada de divisas extranjeras que a su vez permitirán la adquisición de materias primas, bienes de equipo y bienes de consumo.

1.2 DEFINICION DE UN PROYECTO DE EXPORTACION

La palabra proyecto vemos que significa "el análisis para la ejecución de una cosa de importancia, anotando y expendiendo todas las circunstancias principales que deben concurrir para su cobro".

Como se vio en el punto 1.1 la palabra exportación es la operación de realizar una salida de algún producto hacia otro país, debiendo cruzar por la zona aduanera, a cambio de una liquidación.

De las dos definiciones anteriores podemos sacar en claro la definición de "Proyecto de Exportación":

Es la recopilación de información que se hace sobre la realización de una operación de venta de algún producto al extranjero, en donde se analiza a la empresa misma que desea exportar, al producto que se desea vender, al mercado al cual se desea ingresar, los requisitos aduaneros, facilidades gubernamentales, las ventajas y desventajas de la operación, de donde tomaremos una decisión, la cual se pondrá en las conclusiones.

2. OBJETIVOS

Además de lo conveniente que se ha encontrado el desarrollar este proyecto en cuanto a lo económico y provechoso que se sabe resulta para la competencia el exportar exprimidores de cítricos, encontramos otro motivo que es muy importante a nuestro criterio: "Despertar o inculcar curiosidad en el productor mexicano hacia la conciencia exportadora". (Esto, respecto a la conciencia exportadora se tratará de manera más amplia en el capítulo 3.3).

Captar Divisas del Exterior

Tanto el país que exporta o vende como el que importa o compra, deben salir beneficiados al realizar la transacción, esto es lógico pues de otro modo no habría interés en el comercio internacional, sobre todo sabiendo que el mercar en el extranjero involucra más trámites y pasos, además de mayor control de calidad y un amplio y desarrollado profesionalismo en cuanto a la conciencia exportadora, cosa que no cualquiera posee.

Aunque se sabe que nuestro país ha incrementado considerablemente sus exportaciones, sobre todo en cuanto a productos manufacturados, ya que anteriormente lo que más se exportaba era materia prima, de todos modos somos conscientes y sabemos que nuestra balanza de pagos o

nuestro comercio internacional se mantuvo en números rojos desde hace ya más de cinco décadas y en la actualidad son negros, pero debido a la disminución de importaciones, este es un factor muy importante en la obstaculización del desarrollo de México. Sin embargo, la situación actual de México, demanda mayor calidad de los productos nacionales que ahora deben sustituir las exportaciones anteriores, y posteriormente ser tan buenos como los extranjeros y capaces de penetrar en mercados internacionales, permitiendo así la captación de divisas que tanto se necesitan para México y la consecuente mejora del nivel de balanza de pagos.

Comercialización de nuestro producto en el exterior

Supone un reto, el lograr que nuestro producto reúna los requisitos necesarios para invadir mercados extranjeros; nuestro producto actualmente goza de excelente aceptación en el mercado nacional, y no hay por qué suponer que nuestro país sea o tenga un índice más bajo de apreciación y consumo de calidad; sin embargo sabemos que el simple hecho de pasar una frontera involucra muchos trámites, sobre todo de orden legal para la aceptación de un bien o servicio en otro país. Pues bien, ahora la empresa se ha propuesto el lograr el profesionalismo suficiente del que ya se ha hablado, para lograr que nuestro producto penetre al extranjero como un artículo de calidad.

Penetración y Permanencia de Nuestro Producto en el Mercado Internacional

El objetivo anterior, supone el crear un producto o mejorarlo para que sea lo suficientemente bueno, como para venderlo y que sea aceptado con bastante preferencia en la localidad que se elija; pues bien, además de lograr penetrar en dicho mercado, pretendemos que nuestro producto perdure y permanezca en el comercio internacional, esto no será fácil pues sabemos que todo artículo tiene un ciclo de vida y el controlarlo requiere esfuerzo. Esto será más difícil no teniendo el mercado tan a la mano como puede ser el caso de nuestro país, ya que tendremos que tomar muy en cuenta las demandas, necesidades y preferencia que se puedan presentar, para aprovecharlas o asimilarlas a fin de que nuestro producto se siga vendiendo en el extranjero.

No se trata de que nuestros exprimidores en una fase inicial, para lograr penetrar al mercado, tenga más calidad que posteriormente se devalúa al tener, supuestamente amarrada una plaza; por experiencia anterior sabemos lo difícil que es el seguir el gusto del cliente ya que en México esto es muy común, pues bien, así como no menospreciamos anteriormente el índice y consumo de calidad en México, no podemos pasarlo por alto para el extranjero.

Iniciar a la Empresa en la Exportación

Este objetivo podría quedar impuesto en el anterior, referente a la comercialización de nuestro producto en el mercado internacional, pero se ha dejado aparte por la importancia que reviste lo siguiente:

- Elegir al país o mercado (este punto se trata y desarrolla en los capítulos 4.1 y 5).
- El realizar todos los trámites necesarios para empezar esta actividad.
- El aprovechar un significativo grado de capacidad ociosa de la empresa debido a que la demanda local tiende a fluctuar por temporadas. Algo de primordial importancia es alcanzar ese grado de imagen que reviste el ser una empresa exportadora, ya que el tener mercado internacional para nuestro producto significa una producción y actividad considerable.
- Aprovechar las facilidades que el gobierno presta para nuestro proyecto.

Podemos mencionar como alicientes o facilidades por parte de nuestro gobierno la exención del pago del I.V.A. y además de mucha importancia el fondo destinado para impulsar la actividad exportadora en México a través del FOMEX.

La empresa Oswel, S. A. en la actualidad tiene la capacidad productiva y económica para llevar a cabo este proyecto, de manera que no

será necesario recurrir al financiamiento externo. No está por demás el tener presente esta ayuda que presta el gobierno federal para el caso de que fuese necesario en el futuro.

3. LA EMPRESA Y SU CAPACIDAD EXPORTADORA

Con la exportación, la empresa encuentra más allá de las fronteras nuevos clientes que le permiten vender más y por lo tanto vender mejor.

La empresa debe vender hasta el límite de su capacidad de producción, para poder así cargar una pequeña parte alicuota de los gastos fijos entre las cantidades vendidas.

Cuando el mercado interior tiende a la saturación, cuando la competencia se hace cada vez más agresiva, es necesario entonces encontrar nuevos clientes más allá de nuestras fronteras, para mantener la cadencia de producción (trabajando al límite).

Es importante y demuestra una ventaja para la empresa el hecho de contar con capacidad instalada produciendo en serie ya que esto permite reducir el costo fijo unitario del artículo producido.

La Compañía Osivel, S. A. es una empresa manufacturera de exprimidores para cítricos y válvulas de bronce, regaderas, mezcladoras y pistolas para agua de alta presión. El capital es 100% mexicano.

La empresa está ubicada en la ciudad de Guadalajara, fundada en

1972 ha demostrado ser una empresa progresista que paulatinamente ha crecido y ampliado sus instalaciones al grado que en 1972, año de su fundación se fabricaron solamente válvulas de bronce, desde entonces a la fecha ha aumentado sus líneas de producción en los artículos ya mencionados.

Al fundarse la empresa contaba con un horno de 500 kg., con 3 tornos mecánicos, 1 probadora, 1 máquina de Shell, 1 molino para fundición. Y en general su capacidad instalada era de 11.250 ton. de bronce cada mes. Actualmente se cuenta con 4 tornos automáticos, 5 tornos mecánicos, 2 probadoras, 2 máquinas de Shell y 2 molinos de fundición así como 2 hornos vasculares de 500-kg. cada uno y un crisol de 500 kg. Toda esta capacidad instalada suma 22.500 ton. para bronce y 11.250 ton para aluminio por mes.

La empresa trabaja un turno de 8 horas cada 6 días.

Los planes de exportación generan a la empresa la necesidad de incrementar sus turnos de producción, como se verá a continuación.

Nuestra empresa, actualmente tiene un potencial productivo de 1,950 exprimidores en un solo turno, de los cuales 1000 son destinados a cubrir la demanda local o nacional actual. (En estas 1000 piezas están consideradas también las fluctuaciones debidas a las alzas de deman-

da y posibles bajas que sufre el mercado de este producto) según análisis realizados.

Las 950 piezas restantes que se pueden producir, se destinarán a ofertarse para la demanda de exportación.

Debemos tener en cuenta que lo anterior sólo denota la capacidad física productiva de la empresa en un solo turno de trabajo, pero de ser necesario se dispone de otro turno para trabajar; por lo tanto la capacidad total de producción sería de 3,900 piezas, menos 1000 que consume el mercado nacional, nos quedarían 2.900 exprimidores como oferta de exportación.

Dando resultados provechosos, la empresa está dispuesta a incrementar su capacidad física instalada a fin de aumentar los cifras mencionadas anteriormente, doblándose entonces la capacidad de exportación.

Recordemos también que capacidad es el máximo que puede producir sin nuevas inversiones, por lo tanto la capacidad actual que se puede ofrecer es de 2,900 para el mercado extranjero. (Pero no está por demás recordar o tener en cuenta la alternativa de incrementar la capacidad mediante un aumento de la capacidad instalada).

Entonces es teórico el mencionar que contamos con tres turnos de

8 horas cada uno completando así las 24, ya que una máquina -medio de producción- que existe y funciona mediante un equipo de obreros necesita tiempos de holgura y mantenimiento. Y teniendo dicha holgura (8 horas) usando los dos turnos disponemos de hasta 6 horas más como tiempos extras de trabajo que proporcionarán otras 200 unidades (exprimidores) para ofertar.

* NOTA. Las cifras mencionadas en cuanto a capacidad son para un mes.

3.1 EL PRODUCTO

- Nombre Técnico: Exprimidor para cítricos
- Nombre Comercial: Exprimidor
- Marca del Producto: Oswel
- Fracción Arancelaria Mexicana de Exportación: 82 - 08a - 99
Aparatos mecánicos
de uso doméstico
- Uso o Aplicación: Exprime naranjas, toronjas, limas, limón rey (gigante)
- Descripción del Producto:
Exprimidor de cítricos hecho de aluminio.
Su presentación es en cuatro diferentes colores.
Medidas: 50 cm. de altura por 18 x 23 cm. en su base. Peso: 4.300 kg.
Elementos:
Cabeza.- Pieza de aluminio esmaltada, con un engrane de 13 dientes
y cremallera de 20 ranuras, ambos de material resistente.
Un tapón cromado y una capucha de aluminio esmaltado.
Brazo.- Un "hombro" de aluminio esmaltado, un redondo de 3/8 x 4
cromado y un mango de madera acabado con laca.
Poste.- "Un Cold Rolled" resistente cromado de 7/8 x 45 cm.
Campana.- De aluminio pulido.
Cono.- De aluminio pulido.
Pieza Intermedia.- De aluminio pulido.

- Gotero.- De aluminio pulido.*
- Base.- De aluminio pulido con taquetes.*
- De hule*

- Características del Producto:

Es desarmable

Vida útil estimada 6 años

Durable

Resistente a los golpes

Se fija muy bien a las superficies

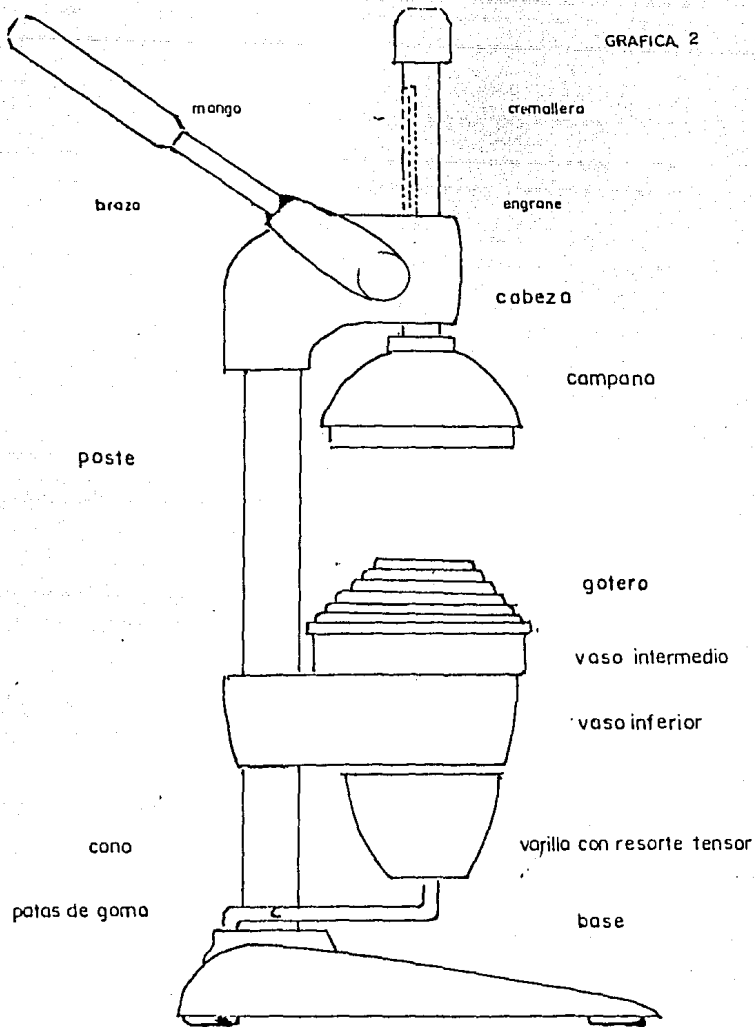
Fácil manejo

Práctico

- Unidad de Manejo:

Cajas de 9 exprimidores

GRAFICA 2



13.685cm por 6.875 cm por 50cm.

3.1.1 EMPAQUE Y EMBALAJE

La Protección de la Mercancía

Antes de que se haya acordado la realización de la compra-venta de los exprimidores, se ha de tener preparado el embalaje para la protección de los mismos, en donde quedan englob. todos los medios para hacer que la mercancía sea transportable, y además los materiales y técnicas que hacen posible alcanzar este objetivo.

De la palabra embalaje se desprende la noción de una técnica que utiliza materiales destinados a proteger una mercancía contra los riesgos de transporte y de la erosión, dándole al mismo tiempo una presentación atractiva por el mínimo desembolso posible.

Sin embargo, no hay que confundir los términos de embalaje (packíng) y el de acondicionamiento (packaging). Va se definió el primer significado, pero el segundo tiene un significado muy diferente, ya que el acondicionamiento se refiere a poner una mercancía en estado de ser comercializada, es decir de ser presentada al eventual comprador bajo un aspecto lo más atractivo que sea posible, y el volumen más conveniente que corresponda a la unidad de consumo en relación con sus medios y costumbres.

En el caso del embalaje de los exprimidores, éste deberá cubrir

Las siguientes funciones:

- Protección.- Se deberá poner el exprimidor al abrigo de los golpes, de la corrosión y si es posible, del riesgo de robo durante su transporte.
- Conservación.- Se tratará de eliminar el más mínimo riesgo de perecimiento de la mercancía.
- Manejabilidad.- Deberá ser de tal manera que facilite las manipulaciones del mismo.
- Publicidad.- Hacer atractivo la presentación del producto, sin descuidar la seguridad.
- Económico.- De tal manera que su influencia en el costo afecte nuestras ventas.

Elección del Embalaje:

Todo lo comentado anteriormente, permite darse cuenta de la amplitud que tienen las técnicas de embalaje, y que muchas veces se hacen a un lado por considerarlo un problema accesorio y secundario.

Para la elección del embalaje de los exprimidores se tuvo que considerar lo siguiente:

- La naturaleza sólida del producto
- Características físicas del mismo

- Definición de la unidad de venta (exprimidor)
- Edad técnica del producto
- Precio de venta
- Informes sobre el embalaje y el acondicionamiento de los productos concurrentes
- El medio y duración de transporte
- La duración aproximadamente del destino
- El producto será expuesto en el lugar de venta con el acondicionamiento o sin él?

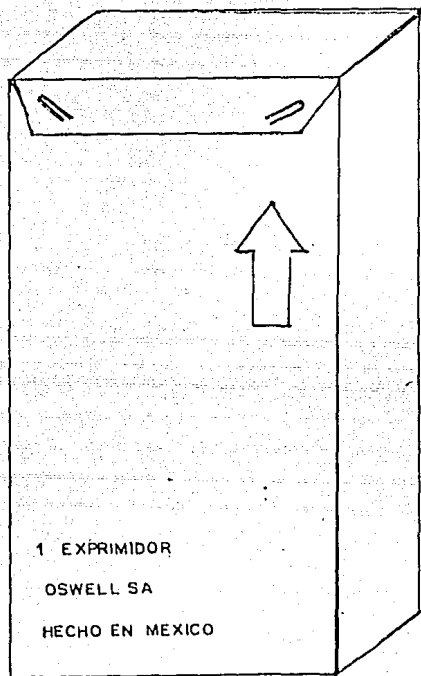
Esta lista de consideraciones no es limitativa, sino que su lectura permite ver la amplitud del tema y comprender la variedad de factores que entran en juego.

Debido a lo anterior, se ha seleccionado para el embalaje de los exprimidores lo siguiente:

Embalaje.- Consiste en una caja individual para cada exprimidor de cartón grueso y ajustado de las medidas del exprimidor, cerrado con grapas.

Embalaje.- Consiste en una caja grande que empaqa a 9 exprimidores a la vez; el fin de esta es hacer más fácil el manejo de las unidades, ya que el envase individual es un tanto pequeño para maniobrar la

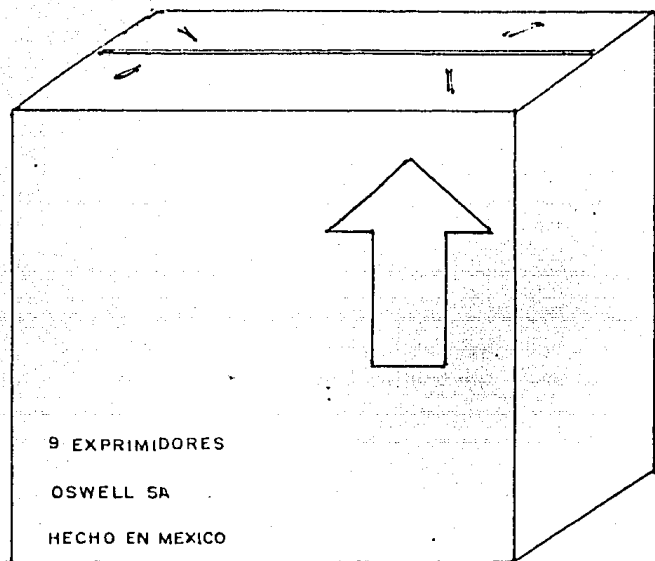
GRAFICA 3



ENVASE INDIVIDUAL 14 Cm por 7Cm por 5l Cm

cantidad de mayoreo. Serian demasiadas 2898 cajas solas para cargar, maniobrar, documentar, etc. En cambio empacando en cajas de 9 unidades cada una se convierten a 322 cajas que facilita mucho todo trámite físico o documentario.

GRAFICA 4



EMBALAJE Empaque para 9 exprimidores

43 Cm por 22 Cm por 51 Cm.

3.2 CAPACIDAD ADMINISTRATIVA

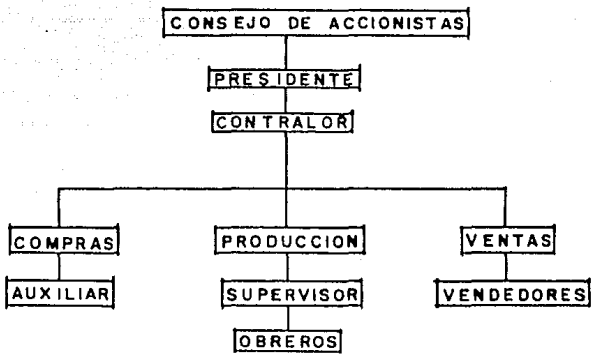
Sería una aberración creer que un responsable comercial que debe ya multiplicarse en infinidad de asuntos cotidianos y hacer frente a todas las situaciones que actualmente caracterizan la vida de los negocios, pueda sacar el tiempo necesario para atender lo referente al comercio exterior de Oswel, S. A.

De por sí el negocio de la exportación implica toda una empresa, y una sola persona muchas veces no alcanza a cubrir con efectividad las funciones que involucraría; por lo tanto, habría que crear un nuevo departamento dedicado sólo a eso, con un gerente, su secretaria, sus subordinados y su propio material de trabajo. En este caso podría ser "Departamento de Ventas al Extranjero".

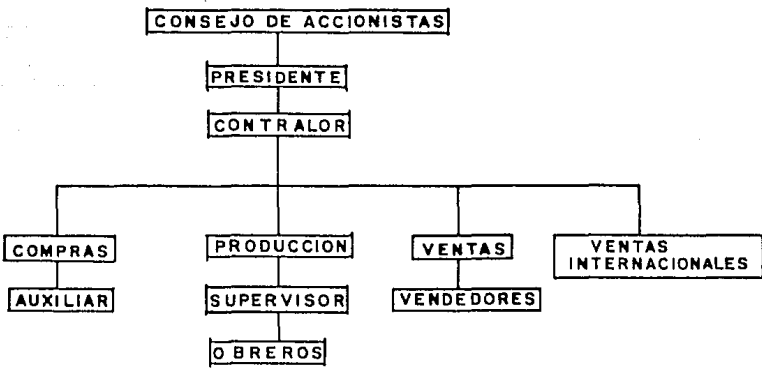
Como Oswel, S. A. es una empresa en pleno desarrollo, se encuentra en una etapa de despegue, en la que pocas gentes que podían desempeñar las principales funciones, pronto tendrán excesiva carga de trabajo, y tendrían que delegar sus funciones; y si para colmo le cargamos al Contralor (que en sí es el responsable de la mayoría de las actividades, dependiendo únicamente del Gerente General) todo lo referente a la exportación a éste le sería imposible cubrir dicha responsabilidad, ya que esta es una actividad que obliga a un esfuerzo intelectual continuo, a pensar en ello de manera permanente y que no puede hacerse

en ratos perdidos. Solamente una empresa que pueda disponer de una persona competente dedicada a la tarea de la exportación, podrá pretender una actividad rentable en este campo; de otra manera no resultarán más que sobresaltos, acciones dispersas, esfuerzos esporádicos, y la más eficaz energía tan mal empleada, no serviría más que para recuperar demoras y paliar la falta de continuidad.

A continuación presentamos un organigrama o representación gráfica.



ACTUAL



PROYECTADO

Los recursos financieros. - Se ha dicho que la exportación requiere un esfuerzo de inversión, y por lo tanto hace falta que Oswell, S. A. disponga de los medios que le permitan realizarla, o bien del crédito que le permita obtenerlos por medios directos. Para este punto tenemos que Oswell, S. A. como ya se mencionó anteriormente en el punto "Capacidad de la Empresa", cuenta con la capacidad instalada y el personal necesario y en dado caso sobrado si se ofreciera incrementarla, y además de que cuenta con capital y voluntad necesaria para doblarla cuando los resultados lo exijan.

Sería un error creer que el Estado puede ser un medio suficiente. Esta ayuda no es más que un multiplicador que sirve de ayuda a las posibilidades financieras de la empresa, pero no las crea. La empresa que quiera exportar debe comprender que lo primero es constituir una reserva con vistas a esa inversión, y después elaborar su presupuesto para esa inversión.

El organigrama de la empresa muestra los departamentos componentes y su organización en la actualidad. Anexamos el organigrama propuesto para comercio exterior mismo que desarrollará los proyectos de exportación a corto y largo plazo, así como implementar lo necesario para llevar a cabo estos objetivos.

Es importante que de aprobarse este estudio la persona asignada

al puesto de comercio exterior, deberá estar bien capacitada con lo relacionado a la exportación.

Todo esto, con el objetivo de cambiar la finalidad empresarial en materia de exportación y que se orienten las acciones a lograr un mercado más amplio, hasta ahora nuevo para la empresa, pues la exportación independientemente de los beneficios que aporta para el país, la empresa y sus trabajadores, se obtienen otros, proyectando hacia niveles superiores, la imagen y la prosperidad que se deriva de esta labor.

3.3 CONCIENCIA EXPORTADORA

Nuestra empresa, Oswell, S. A., no está buscando lograr exportar como un recurso a una deficiente situación actual en el mercado nacional, sino que debido a su crecimiento sostenido y constante, ve en la exportación una posibilidad más amplia para lograr incrementar su prestigio a un nivel nacional e internacional, ya que la exportación se puede considerar como un factor para aumentar la rentabilidad en el mercado nacional, cuando no se tenga la necesidad u oportunidad para exportar, debe de tratar de conseguirse, pues de esta forma se podrán tener ingresos en dólares, lo cual hace más líquida la situación financiera de la empresa, y permite presentar a su clientela nacional un producto con la calidad y aceptación internacional.

Oswell, S. A. está consciente de que para poder llevar a cabo la exportación de exprimidores, la empresa debe estar preparada para ello, tomando en consideración ciertas medidas previas, como es el analizar que para poder exportar, la empresa debe estar plenamente asentada y coordinada en cuanto a su mercado local y su producción, donde su posición financiera sea positiva, dando con esto una garantía para el posible comprador.

Debido a que la exportación representa una serie de situaciones que implican un esfuerzo para vencerlos, requiere de una inversión a

la empresa, en donde los resultados no se podrán apreciar en un corto plazo, sino a un plazo medio, teniendo como base la capacidad productiva para lograr satisfacer la posible demanda, evitando al máximo el tener que desatender un mercado por falta de producción, y para ello la empresa deberá contar con recursos necesarios en cuanto al personal que labora en la planta, de recursos financieros para la realización de este proyecto así como de la capacidad de producción e inventarios para cubrir la demanda.

El análisis de los problemas que presenta para la empresa el lograr exportar, comparados con los beneficios que generará para la misma, su personal y el país, han creado en la empresa Oswell, S. A. un grado de conciencia fundamentado en lo que demuestran los hechos en cuanto a la optimización de la productividad y el mejor aprovechamiento de los recursos y han hecho que la gerencia adopte actitudes positivas para los efectos de exportar, convencidos de los beneficios que la práctica de la misma traerá consigo.

Para contagiar la conciencia exportadora a todo el personal restante y no sólo a la gerencia, se tienen programadas pláticas que hagan ver al personal la importancia que reviste la tarea que se emprenderá, haciendo hincapié en la calidad, ya que nuestro producto competirá en primer lugar con los productos locales de donde se desea exportar, y aún más importante con los productos de manufactura extranjera,

Las cuales son de mayores dimensiones en cuanto a capital, producción, variedad de productos, imagen y adelantos tecnológicos, logrando con ello una disminución en los costos unitarios de producción debido a que se prorratearán los costos entre un mayor número de unidades, logrando con esto una disminución en el precio de venta al mercado, al cual nosotros, Oswell, S. A. pretendemos penetrar.

Ha de quedar plenamente comprendido que el esfuerzo para lograr realizar la exportación, representa un compromiso individual de cada persona integrante de la empresa, así como en general de la organización, tomando conciencia de que:

Los esfuerzos en ventas representan

- Incremento en el esfuerzo de exportación, incremento en la promoción de ventas
- Agresividad en ventas, con la apertura de nuevos mercados
- Menores "stocks" en el exterior, con un envío rápido y mejor servicio
- Reconocimiento de todo el personal de la importancia de las exportaciones.

En lo referente a los esfuerzos en producción, implican lo siguiente:

- El aumento de la capacidad de producción sin una disminución en la calidad de los exprimidores

- Posibilidad de una disminución de los costos, debido al prorrateo de los gastos entre una mayor cantidad
- La mejora en general del producto con una mayor variedad en la oferta de los exprimidores
- Mantener elevada la producción cuando la demanda experimenta reducción nacional.

4. EL MERCADO

Mercedo es un lugar donde se reunen y funcionan vendedores y compradores, se ofrecen en venta bienes y servicios y se realizan transferencias de títulos de propiedad.

También puede definirse el mercado como una demanda agregada por los compradores potenciales de un producto o servicio.

Personas con necesidades por satisfacer, dinero que gastar y la voluntad de gastarlo.

No hay duda de que es más fácil hacerse un sitio incluso modesto en un mercado concurrido, como es el caso del mercado nacional, que en un mercado nuevo, pues es mucho más difícil como es el caso de uno que se encuentra a miles de kms., con otras costumbres, otra cultura, a veces otra lengua, otra moneda y gobierno. Y a menos que la empresa disponga de los medios necesarios y suficientes para crear una necesidad en ese mercado, el esfuerzo fracasará.

Crear un mercado involucra y obliga en primer lugar a hacer conocer el producto (los exprimidores), hacerlo admitir, y a continuación hacerlo aceptar por quien va a venderlo.

Para el presente proyecto tenemos un mercado horizontal (geográ-

fico) que se enfoca a América latina fundamentalmente en tres países: Venezuela, Colombia y Perú.

Y un mercado vertical (el artículo) de exprimidores. Entonces combinando ambos tipos de mercado, horizontal y vertical tendremos un mercado de los exprimidores de cítricos en Venezuela, Colombia y Perú.

La investigación de los tres países mencionados, se desarrolla en el capítulo 4.1

En un primer paso la empresa Oswell, S. A. determinó cuál es el producto que le interesa exportar, que en este caso fueron los exprimidores, a continuación se determinó hacia dónde quiere la empresa exportarlo, que viene a ser Perú, Venezuela y Colombia, y a continuación Oswell, S. A. encontrará la manera más conveniente de llevar a cabo este proyecto, así como el cómo y cuándo nos conviene realizarlo, tratando de lograr con esto un mayor beneficio para la empresa debido a la exportación de divisas que se lograrían obtener, ayudando a nivelar la balanza comercial de nuestro país.

4.1 ANALISIS DEL MERCADO VENEZOLANO, COLOMBIANO Y PERUANO

VENEZUELA

Aspectos Generales

Está situada en la parte Norte de América del Sur entre las coordenadas $59^{\circ} 45' 79''$ y $73^{\circ} 11' 49''$ Longitud Oeste y $0^{\circ} 45' 0''$ y $12^{\circ} 11' 46''$ latitud Norte y cuenta con una superficie de $916,490 \text{ Km.}^2$

A pesar de que está localizada en una zona tropical, su clima presenta características muy variadas debido a la altura sobre el nivel del mar de las diferentes regiones, entre las cuales destacan las siguientes:

Zona cálida: Con alturas hasta de 800 metros y temperatura media de 24° a 36° C.

Zona Templada: Localizada entre los 800 y los 2000 metros con temperaturas de 16 a 23° C.

Zona Fría: De 2000 metros de altura o más y temperatura inferior a 16° C.

Sistema de Gobierno

Es una República Federal de 20 Estados, un Distrito Federal y dos Territorios. Su actual Constitución es la 26 y fue promulgada en enero de 1961. El Presidente es elegido para un mandato de 5 años por sufragio universal y detenta el poder ejecutivo junto a un Consejo de Ministros.

Existen dos grandes partidos políticos: La Acción Democrática y la Democracia Cristiana.

Demografía

Venezuela cuenta con 11.6 millones de habitantes. La densidad es de 15.9 habitantes por kilómetro cuadrado y la tasa de crecimiento es de 3.4.

Distribución de la población según edades.

Edad	
0-14	32%
15-64	44%
65-Más	24%

Comunicaciones

a) Ferrocarriles. Continúa siendo un país sin ferrocarriles, por lo

- cual el gobierno en su política ferroviaria planea construir en el período 1976-1990, 3697 km. de vías, con una inversión de 10'000 millones de bolívares.
- b) Carreteras. Cuenta con 60,000 km. de carreteras en servicio, pero solamente 29,000 km. se encuentran pavimentados.
- c) Puertos Marítimos. Cuenta con tres puertos públicos, con 7,763 metros de muelles; además cuenta con 33 puertos petroleros y dos centros especiales para el embarque de hierro.
- d) Aeropuertos. Existen cinco aeropuertos internacionales en el país, por los cuales se movilizan más de 7 millones de pasajeros, cuenta con 282 aeródromos de los cuales 250 son privados.

Economía

La economía venezolana experimentó en los últimos años un crecimiento de ritmo desigual, debido a los efectos contrastantes de la economía petrolera de exportación en el producto territorial bruto del país. Esta economía, en virtud de su estructura predominantemente Mono-exportadora, registró una tendencia determinada por las fluctuaciones conjunturales del mercado petrolero internacional.

Los sectores primario, secundario y terciario, en promedio constituyeron, respectivamente, el 15, el 26 y el 59 por ciento de P.T.B., revelando un crecimiento económico con acentuación de rasgos atípicos de subdesarrollo. La participación relativa del sector terciario, que alcanzó el índice más alto entre los señalados, significa que en la economía venezolana, básicamente exportadora de materia prima energética, promedió una tendencia según la cual el crecimiento del producto territorial bruto dependió más de la producción incorporeal (Comercio-Servicios) que de cada uno de los sectores de la producción material que incluye, en conjunto, todas las instancias productivas de la industria petrolera.

La importancia del sector petrolero dentro de la vida económica nacional, se mide por su participación en la formación del Producto Territorial Bruto, con un 26.9% en el financiamiento del presupuesto público (77%) y en la generación de divisas extranjeras que representan el 97% de las exportaciones totales. Este sector se caracteriza por ser de capital intensivo, por cuanto tan sólo ocupa a 34,102 trabajadores que no alcanzan a representar ni siquiera el 1% de la población económicamente activa.

Actividades Económicas

La balanza comercial de Venezuela de 1970 a 1980, ha presentado saldos positivos, que van de 1 millón de dólares en 1970, a 7,500 millo-

nes en 1974, descendiendo para 1977 a 459 mil dólares y alcanzando su mayor nivel en 1980 con 8,000 millones de dólares con saldo positivo.

En cuanto a las exportaciones totales de Venezuela en el período de estudio están presentando un incremento considerable en 1974 respecto a 1973, al pasar de 4,800 millones a 11,300, esto como consecuencia en el incremento del petróleo. Los años de 1979 y 1980 las exportaciones totales presentaron incrementos importantes del 56.5% en 1979 respecto a 1978 y del 34.3% en 1980 respecto a 1979.

Por lo que se refiere a las importaciones totales, estas han presentado, en el período de estudio una tendencia creciente, siendo en los años de 1976 a 1977 y de 1977 a 1978 donde se localizan los mayores incrementos que son del 33.7% y del 22% respectivamente. El último año de estudio es en el que las importaciones alcanzan su mayor nivel histórico, con 11,300 millones de dólares.

BALANZA COMERCIAL

Año	Exportaciones FOB	Importaciones FOB	Saldo
1975	8'976	5'462	3'514
1976	9'342	6'891	2'451
1977	9'669	9'210	459
1978	9'174	11'234	2'060
1979	14'360	10'004	4'356
1980	19'281	11'318	7'963

Cabe destacar que dentro del período 1970-1980 el año en que México realizó mayores exportaciones fue 1978 con 131 millones de dólares

y 1970 el de menor nivel con 27 millones de dólares. Por su parte, Venezuela durante el año de 1974 realizó mayores ventas a México, con un total de 103 millones de dólares, siendo 1970 el de menor cantidad exportada a nuestro país con 6 millones de dólares.

México representa dentro del total de las exportaciones venezolanas en 1980 el .1% y el .4% de las destinadas a países miembros de la ALADI. Por su parte las importaciones mexicanas, en 1980 representan el .7% de las compras totales de Venezuela en el exterior y el 18.2% de las adquiridas a países miembros de la ALADI, es decir que ocupa el cuarto lugar después de Brasil, Colombia y Argentina. Es importante señalar que la diferencia entre cifras oficiales mexicanas y las cifras oficiales de Venezuela se deben fundamentalmente a que en Venezuela las importaciones y exportaciones están dadas en valores FOB, y en el caso de nuestro país las importaciones son en valores CIF y las exportaciones en valores FOB.

Exportaciones

La actividad económica de Venezuela, ha propiciado que se incrementen en forma notable sus exportaciones, en lo referente a petróleo y sus derivados, así como en el aluminio en donde de 1979 a 1980 hubo un incremento de más del 100%, en cambio existió una disminución notable en lo exportado en piedras preciosas en un 50%, así como en el café que disminuyó de 25 millones de dólares a 7 millones de dólares.

PRINCIPALES PRODUCTOS EXPORTADOS POR VENEZUELA

(1979-1980)

(MILLONES DE DÓLARES)

	1979	1980
Petróleo y Derivados	13 672	18 040
Aluminio	177	394
Míneral de Hierro	139	142
Productos de Hierro	58	100
Productos Petroquímicos	54	84
Cacao	33	27
Vehículos-Tractores	14	20
Piedras y Metales Preciosos	40	20
Fruitas	13	10
Papel y Cartón	7	8
Calderas y Máquinas	5	8
Café	25	7

Teniendo como destino los siguientes países lo exportan por Venezuela en donde vemos que México ocupa el 7° sitio.

DESTINO DE LAS EXPORTACIONES DE VENEZUELA 1979-1980

(No incluye petróleo y derivados) Millones de Dólares

País	1979		1980		Variación
	Valor	%	Valor	%	
E. U. A.	125	24	111	14.3	- 11.2

País	1979		1980		Variación
	Valor	%	Valor	%	
Bélgica	42	8.1	35	4.5	- 16.7
Holanda	39	7.5	48	6.2	23.1
Colombia	36	6.9	43	5.5	19.4
Italia	26	5	32	4.1	23.1
Curazav	16	3.1	13	1.7	- 18.8
México	15	2.9	23	3	53.3

Importaciones

Los productos de manufactura mexicana que fueron importados por Venezuela, que tuvieron un valor mayor al millón de pesos (189 fracciones arancelarias), significaron en 1980 el 93.1 del total, estos mismos productos significaron en 1979 el 50.4% de las compras totales de Venezuela a México.

El renglón en que México cobró una mayor exportación hacia Venezuela, fue el de productos químicos, con un monto de 3 millones de dólares siendo el principal proveedor del mercado venezolano E. U. A.

El segundo producto mexicano en cuanto a su penetración en el mercado venezolano fueron las ollas de presión de aluminio, logrando en el

año de 1980 un monto de 3.5 millones de dólares.

México representa para Venezuela el principal proveedor de fluoruros con una participación de 68.7% en 1979 y un 49.5% en 1980, con un monto de 3.2 millones de dólares.

Un grupo de cinco productos que representaron en conjunto el 16.3% del total de las exportaciones son: vajillas y artículos similares de vidrio; en 1980 lograron un monto de 2.8 millones de dólares. Este producto representó en 1980 el 3.5% del total de las exportaciones mexicanas.

En lo que se refiere a comparación con los demás países, México ocupa el lugar número 14 entre los países proveedores de Venezuela. A continuación tenemos la lista por orden, tomando como base el monto de lo exportado por cada país a Venezuela.

PRINCIPALES PAISES PROVEEDORES DE VENEZUELA

(MILLONES DE DOLARES)

País	1979		1980		Variación
	Valor	%	Valor	%	
1. E. U. A.	4 701	47	5 455	48.2	16
2. Japón	898	9	894	7.9	- .4
3. Rep. Fed. Alemana	692	6.9	736	6.5	6.4
4. Italia	452	4.5	543	4.8	20.1
5. Canadá	439	4.4	543	4.8	23.7
6. España	325	3.2	340	3	4.6
7. Inglaterra	287	2.9	317	2.8	10.5
8. Francia	279	2.8	340	3	21.9
9. Holanda	255	2.5	181	1.6	- 29
10. Argentina	189	1.9	91	.8	- 51.9
11. Brasil	181	1.8	238	2.1	31.5
12. Colombia	171	1.7	181	1.6	5.8
13. Bélgica	140	1.4	147	1.3	5
14. México	110	1.1	79	.8	- 28.2

En lo referente a qué productos son los que importa principalmente Venezuela, a continuación mostramos la gráfica, con la comparación de 1979 a 1980.

PRINCIPALES PRODUCTOS IMPORTADOS POR VENEZUELA 1979-1980

(MILLONES DE DOLARES)

	1979	1980
Automóviles desarmados	405	420
Maíz	83	264
Trigo	140	166
Generadores de más de 1000lbs.	83	151
Camionetas hasta 4 tons.	174	137
Whisky en envase hasta 5 Litros	79	104
Neumáticos para vehículos	37	96
Tubos de hierro o acero	149	95
Televisores	15	63
Aceite Girasol en Bron	51	52
Otras máquinas y aparatos	165	79
Máq. Automáticas para Información	49	60
Oxido de aluminio	65	79

Esta lista no es comparativa, sino que nos sirve para tomar una idea de las importaciones venezolanas, así como su movimiento de 1979 a 1980, pudiendo esta lista continuar y completarse en mayor escala.

Va que hemos visto las exportaciones de Venezuela hacia México y el mundo, así como las importaciones de nuestro país y los demás países,

podemos ver la Balanza Comercial de Venezuela con México, misma que a continuación se presenta.

BALANZA COMERCIAL DE VENEZUELA CON MEXICO

(MILLONES DE DOLARES)

Año	Exportación	Importación	Saldo	% Cobertura para México
1975	65.4	54.7	110.7	83.6
1976	24.5	64.7	40.2	264.1
1977	9.6	112.4	- 102.8	1170.8
1978	30.1	131.3	- 101.2	436.2
1979	23.4	110.3	- 86.9	471.4
1980	23.2	78.6	- 55.4	338.8

En donde se puede observar que en 1975 existió un saldo positivo para Venezuela y a partir de 1976 hasta 1980 ha existido saldo positivo para México.

Sistema de Almacenaje Disponible

Siempre que una mercancía viaja de algún país para otro, tiene que cumplir ciertos requisitos que impone el país que la recibe. En Venezuela, las mercancías deberán permanecer depositadas, mientras se cumple el trámite aduanero respectivo, en las zonas de almacenamiento pre-

vinamente señaladas por la autoridad competente.

Se entiende por registro de requisito aduanero el procedimiento mediante el cual las mercancías son almacenadas bajo el control de la Aduana en un lugar destinado a este efecto, con suspensión del pago de los impuestos que incidan sobre la importación o exportación, si fuere el caso, asimismo, dentro de los depósitos aduaneros podrán realizarse, bajo vigilancia de la autoridad, las siguientes operaciones:

- Cambio de envases de mercancías
- División de la mercancía
- Mezclar unas mercancías con otras
- Todas las operaciones que aumenten el valor de las mercancías depositadas, sin variar la naturaleza de las mismas.

Régimen Arancelario, Sistemas Preferenciales y Requisitos

Las mercancías que ingresen a la zona aduanera, para poder retirarlas habrá que cubrir el pago de impuestos, tasas, penas pecuniarias y demás cantidades legalmente exigibles así como el cumplimiento de otros requisitos a que pudiera estar sometido.

En cuanto a las barreras arancelarias, están clasificadas de la siguiente manera:

1. Importación de Mercancías

- a) gravada
- b) no gravada
- c) prohibida
- d) reservada al gobierno federal

2. La Importación Gravada se Desglosa

- a) Ad Valorem -- Calculada según valor C.I.F. de la mercancía desde .01 % hasta 500% del valor
- b) Específica-- Pago en bolívares en base al precio bruto desde .0005% de bolívar hasta 100 bolívares por cada kilo bruto.

Trámites de Documentos y Reconocimientos de Mercancías

Los documentos deberán ser presentados en la aduana respectiva en un lapso de 6 días hábiles, contados desde el día del arribo del buque o avión, para el reconocimiento y retiro de la mercancía de los almacenes. Desde el 7o día comenzará a cobrarse multa por almacenamiento, que será:

Días	Tasa	Ad Valorem
1-5	2%	
5-10	5%	
1 mes-1 mes 15 días	10%	
45 días en adelante	20%	

Pasados 30 días susceptibles de prorrogar otros 30, la mercancía entrará en abandono legal y será pasada a remate.

Nomenclatura

Se adoptó la nomenclatura arancelaria común de los países miembros del acuerdo de Cartagena "NABANDINA"

Tasa Arancelaria 28% Ad Valorem.

COLOMBIAIntroducción

No obstante que la Balanza de Pagos de Colombia ha pasado de una situación deficitaria a presentar superávit; sus importaciones totales, tanto de bienes de consumo y servicios como bienes de capital ha aumentado considerablemente. Este aumento ha sido provocado por la mayor disponibilidad de divisas que dio lugar al auge de las exportaciones colombianas de café, principal producto de exportación de ese país, así como la inversión pública que se centra principalmente en los sectores de energía, industrial, minería, transportes y agropecuarios.

A pesar de que los Estados Unidos Americanos se han mantenido como el principal abastecedor de productos de importación, las exportaciones mexicanas a Colombia han presentado incrementos considerables. Se calcula que las compras a México continuarán creciendo en los próximos años y que las condiciones generales para el exportador mexicano en Colombia se presentan favorablemente.

Hay que recordar que México y Colombia pertenecen a la Asociación Latinoamericana de Libre Comercio (ALADI) y que hay que ajustarse y aprovechar las situaciones que este organismo impone para el exportador mexicano.

Aspectos Generales

Colombia está situada en el extremo Norte de América del Sur. Limita al Norte con el Mar Antillano, al Este con Venezuela y Brasil, al Sur con Perú y Ecuador, al Oeste con el Océano Pacífico y al Noroeste con Panamá.

Colombia tiene una superficie de 1'138 432 km², sus regiones naturales están formadas por las llanuras del Norte, ricas en (hidráulicos) y forestales aún no explotados; y por las extensas regiones montañosas con amplios valles de suelo fértil propios para la agricultura y la ganadería y en donde está también la mayor riqueza de minerales industriales. Al Sur se extiende la jungla del Amazonas, con extensas plantaciones de caucho.

La población de Colombia es de 24'762 000 habitantes; presenta una densidad de población de 21 habitantes por km²; su población económicamente activa es de 8'452 000 habitantes.

Sus principales ciudades son: Bogotá (capital), Medellín, Cali, Barranquilla y Cartagena.

Su moneda es el peso colombiano, que tiene una paridad de U.S. \$00.02 por peso colombiano en 1980.

El Producto Interno Bruto (PIB) es de US \$ 15'163.3 millones de dólares.

la distribución porcentual del PIB por sector es:

Sector Primario 26.1%

Sector Secundario 24.5%

Sector Terciario 49.4%

El producto interno bruto per cápita es de US \$611.3.

Comercio Exterior

Total de Importaciones US \$ 2,100 millones de dólares

Total de Exportaciones US \$ 3,300 " "

Intercambio Comercial México-Colombia

Exportaciones de México a Colombia 32,228 miles de dólares

Importaciones procedentes de Colom. 9,042 " "

Saldo comercial México-Colombia 23,186 " "

(a favor de México)

Colombia tiene una importante hidrografía ya que esta constituye uno de los principales medios de comunicación. El país está atrave-

sado por numerosos ríos navegables; el más importante de ellos es el Magdalena que recorre el país de Sur a Norte en una longitud de 1550 km. de los cuales 1295 son navegables hasta su desembocadura en el Atlántico.

Las principales vías de comunicación fluvial en Colombia son: el Amazonas, el Putumayo, el Caquetá (o Inrida), el Meta y el Araucaño.

En lo que respecta a comunicación terrestre, Colombia cubre el 90% del país con carreteras haciendo una extensión de 35000 km.

Los ferrocarriles tienen cubierta una longitud de 5730 km.

El transporte fluvial y marítimo es muy importante, y aunque la mayoría de sus ríos son navegables su tráfico fluvial es muy reducido, excepto en el río Magdalena donde se encuentran los puertos: Girardot, La Dorada, Puerto Berrio, Barrancabermeja (Puerto Biches), y Calamar. El transporte fluvial en Colombia es muy barato y ha tenido un mayor desarrollo que el transporte ferroviario.

Economía

En su economía Colombia registró un aumento de 5.2% y un 2% por persona respecto al período pasado.

Un alza muy intensa y sostenida del precio internacional del café llevó a un mejoramiento notable de la relación de precios del intercambio y a un aumento del ingreso bruto de más del 8%.

Paralelamente y en estrecha vinculación con los crecientes precios del café, se aceleró el proceso inflacionario y disminuyó fuertemente la cuenta corriente de la balanza de pagos.

El mayor dinamismo de la economía coincidió con una expansión más rápida de las actividades productoras de servicios y más lenta de aquellas que producen bienes. Entre estas últimas la agricultura bajó significativamente su tasa de crecimiento en tanto que la minería y la construcción redujeron en términos absolutos su aporte al producto interno.

Sólo la industria manufacturera notó mayor velocidad en su crecimiento y expansión que en el período anterior, estimulada por la dilatación de la demanda interna y de varias exportaciones industriales.

El valor de las exportaciones aumentó un 21% y aunque gran parte de las mismas tradicionales, continuó su vigoroso desarrollo; el hecho de que la cotización internacional del café subiera más del 120%, dominó en la evolución de las exportaciones. Mientras tanto las importaciones subieron un 15% debido a la política de progresiva liberación

de las importaciones que se puso en práctica.

El ritmo inflacionario subió un 8% haciendo un total de 26%, a consecuencia principalmente de la expansión de la demanda interna y la liquidez de la economía, provocadas por las exportaciones y de la balanza de pagos.

Actividades Económicas

El sector agropecuario aumentó un 2%, nivel de crecimiento menor al registrado en periodos anteriores que era del 7%. En general la agricultura colombiana ha sido tradicionalmente una de las más fuertes de América Latina.

La baja mencionada con el nivel de crecimiento se debió principalmente a condiciones climáticas adversas y a la baja de los precios internacionales de algunos de sus productos de exportación. (Todo esto condujo a una reducción de las hectáreas sembradas con esos cultivos: arroz y algunas oleaginosas y leguminosas).

La minería continuó mostrando la tendencia declinante que había observado durante los últimos años. Su tasa disminuyó un 6%.

El petróleo y su influencia fue decisiva en el comportamiento del sector. En la disminución de la extracción de hidrocarburos han ve-

nido incidiendo la reducida actividad exploratoria y el normal agotamiento de los yacimientos ya existentes.

La industria manufacturera aumentó un 8% sobre la base de la información dispensada acerca de algunos rubros de producción destinados al creciente consumo interno. Entre estos sobresalieron los incrementos registrados en las exportaciones de textiles, cemento, productos de madera, papel, maquinaria no eléctrica, productos químicos y material de transporte.

BALANZA COMERCIAL DE MEXICO CON COLOMBIA

Años	Exportación	Importación	Total de Comercio	Saldo Comercial
1970	12.993	880	13.873	12.113
71	12.395	1.557	13.952	10.838
72	17.848	2.555	20.403	15.293
73	20.622	4.180	24.802	16.442
74	33.420	7.224	40.644	26.196
75	23.504	6.714	30.218	16.790
76	28.751	5.964	34.715	22.787
77	32.228	9.042	41.270	23.186

La balanza comercial entre países ha sido favorable para México según muestra el cuadro anterior, que comprende el período de 1970-1977.

Cabe mencionar que Colombia tiene balanza comercial a su favor con todos los países sudamericanos miembros del Pacto Andino (Bolivia, Ecuador, Perú, Venezuela) excepto con Perú.

VALOR Y COMPOSICION DE LAS EXPORTACIONES COLOMBIANAS

	Millones de Dólares			Composición Porcentual		Tasas Anuales de Crecimiento	
	1974	1975	1976	1975	1976	1975	1976
Totales	817	972	1253	63.2	67.1	19.0	28.1
Productos	623	681	996	44.3	53.4	9.3	46.1
Ganado Vacuno	37	36	26	2.3	1.4	- 2.7	- 27.8
Vacuno en Pie	5	36	22	2.3	1.2	620.0	- 38.9
Carne Congelada	11	10	16	0.6	0.9	- 9.1	60.0
Capullos	23	18	27	1.2	1.4	- 21.7	50.0
Carne de Capullos	16	19	27	1.2	1.4	18.8	42.1
Carne de Capullos	19	15	6	1.0	0.3	-	- 60.0
Carne de Capullos	87	82	91	5.3	4.0	- 5.7	10.9
Carne de Capullos		75	42	4.9	2.3	-	- 44.0
Carne de Capullos	171	169	143	11.0	7.7	- 1.2	- 15.4
Carne de Capullos	88	82	22	5.3	1.2	- 6.8	- 73.2
Carne de Capullos	10	22	35	1.3	1.9	120.0	59.0
Algodón Crudo	19	22	31	1.4	1.7	15.8	40.9
Algodón Corrugado	12	18	26	1.2	1.4	50.0	44.4
Algodón Corrugado	28	18	21	1.2	1.1	- 27.0	10.5
Algodón Corrugado							
Algodón Corrugado	14	7	8	0.5	0.4	- 50.0	14.3
Algodón Corrugado	513	395	470	25.7	25.2	- 23.1	19.0
Algodón Corrugado	1501	1537	1866	100.0	100.0	2.4	21.4
Algodón Corrugado	878	856	780			- 2.5	1.6

VALOR Y COMPOSICIÓN DE LAS IMPORTACIONES DE BIENES A COLOMBIA

	Millones de Dólares Corrientes			Composición Porcentual		Tasas Anuales de Crecimiento	
	1974	1975	1976	1975	1976	1975	1976
Bienes de Consumo	191	173	221	11.5	11.1	- 9.4	27.9
No duraderos	133	97	125	6.5	6.3	- 27.1	28.4
Duraderos	58	76	96	5.0	4.8	31.0	27.4
Bienes Intermedios	991	726	985	48.3	49.5	- 26.7	35.7
Petróleo y Combustibles	7	30	156	2.0	7.8	328.5	420.0
Para la Agricultura	112	22	24	1.5	1.1	- 81.4	8.5
Para la Industria	872	674	804	44.8	40.5	- 22.7	19.4
Bienes de Capital	586	599	764	39.9	39.4	2.2	31.0
Materiales de Construcción	27	28	40	1.9	2.0	3.7	45.1
Para la Agricultura	47	33	30	2.2	1.5	- 29.8	- 9.4
Para la Industria	293	305	419	20.3	21.1	4.1	37.3
Equipo de Transporte	219	233	295	15.5	14.8	6.4	26.9
Diversos	20	4	1	0.3			
Total	1788	1502	1991	100.0	100.0	- 16.0	32.6

En caso de contratas y al formalizar las negociaciones los datos más importantes e indispensables que deben incluir los contratos son:

- . Nombre y dirección de la empresa exportadora
- . Nombre y dirección del comprador (importador)
- . Nombre completo del producto
- . Descripción completa de las especificaciones del producto
- . Volumen contratado, incluidos los márgenes de tolerancia
- . El precio unitario así como las características de la cotización, tales como FOB, CIF y la unidad de medida claramente expresada.
- . Valor del contrato, incluidas las variaciones permitidas, resultados de los márgenes de tolerancia en las cantidades de entrega
- . Condiciones de pago claramente definidas, junto con los documentos comerciales que amparan la transacción
- . Moneda en que se hará el pago
- . Detalle completo del empaque
- . Detalle de los plazos y forma de pago
- . Definición del pago del seguro (generalmente el comprador cubre el seguro, salvo negociación contraria)
- . Modalidad para la inspección de la calidad y cantidad del producto
- . Forma, condiciones y calendario de embarque, con detalles sobre los riesgos por cuenta del exportador y los riesgos por cuenta del comprador
- . Puertos de embarque

- . Definición de las causas de fuerza mayor que puedan invalidar el contrato
- . Definición de procedimientos en caso de disputas (arbitraje)

Sistema de Almacenaje Disponible para Los Productos Exportados a Colombia

En el país existen diversas firmas que ofrecen estos servicios en la aduana de los puertos y ciudades, encontrándose algunos en las zonas francas que están ubicadas en los siguientes puntos: Barranquilla, Buenaventura, Palma-Seca (Cali), Valle, Cucuta, Cartagena y Santa Marta.

Requisitos y Documentación para Importar en Colombia

En Colombia las importaciones han sido divididas en dos regímenes distintos:

1. Productos cuya importación está sujeta a una licencia previa concedida por INCOMEX.
2. Productos que pueden ser importados libremente sin necesidad de licencia (ciertas materias primas, maquinaria, repuestos y refacciones que no se producen en Colombia, implementos agrícolas y algunas publicaciones). Estas mercancías sólo están sujetas a registro.

Todo producto requiere registro cualquiera que sea su régimen y deberá efectuarse antes de su embarque ante la División de Importadores de INCOMEX. Los productos deberán ser despachados antes de la expiración del registro.

En relación a las tasas complementarias, además del correspondiente arancel las mercancías importadas deberán para su ingreso al país los siguientes impuestos:

Tasa de Puerto	Bodegaje empocol \$15 colombianos diarios por tonelada. Descargue empocol US \$12.50 dólares por tonelada
Tasa Consular	1% sobre el valor FOB con un mínimo de US \$4 dólares
Impuesto a las Ventas	Varía de acuerdo a la tarifa aplicable a cada caso, que puede ser de 35%, 15% ó 6%

Régimen Arancelario, Sistemas Preferenciales y Requisitos

El comercio colombiano está clasificado de acuerdo a la nomenclatura arancelaria de Bruselas (NAB) adaptada a los requisitos de participación en la ALALC.

Derechos Aduaneros y otros gravámenes

Derechos de Arancel: Los derechos de arancel aduanero se aplican Ad Valorem, sobre el precio normal. Este debe pagarse antes de liberar la mercancía.

Las excepciones señaladas como libre en el propio arancel y las importadas por el puerto de Tumaco para su uso en el distrito aduanero del mismo nombre tienen una rebaja del 25% sobre los derechos de la tarifa aduanera. Así mismo las mercancías sobre las cuales se han efectuado concesiones en el marco de la ALALC no paguen los derechos aduaneros normales, siempre que sean originarias y provenientes de los países miembros del mencionado organismo.

Por ejemplo, existen gravámenes adicionales que pagan las importaciones (5% sobre valor CIF de bienes importados con destino al fondo de promociones de exportaciones) (PROEXPO).

Hay otro del 1.5% sobre el valor CIF de los bienes importados para fomento cafetero.

México está exento de ambos impuestos por ser miembro del ALALC.

Derecho Consular

Con la única exención de las mercancías exentas del derecho aduanero y del papel para periódico todas pagan el 1% sobre el valor neto (FOB) al presentar la solicitud de registro de importación en el Banco de la República.

Tasa Arancelaria: Es del 35% Ad Valorem, más un 0.5% del C.I.F. requiriendo permiso de importación.

PERUDatos Básicos

Superficie:	1'285,216 Km. ²
Población:	17'779,500 habitantes
	63% urbana, 37% rural
Densidad:	13.8 habitantes por Km. ²
Población Econó- micamente activa	5'577,250
Principales ciu- dades:	
	Lima: 5'100,536 Hab.
	Arequipa: 454,800 "
	Trujillo: 406,000 "
	Chiclayo: 289,100 "
	Chimbote 287,500 "
Moneda y Paridad:	Sol de Oro
	1 dólar = 284.26
Producto Interno	
Bruto:	13,400 millones de dólares
Distribución Por- centual PIB:	
	Agricultura 12.7%
	Pesca 1.2%
	Minería 10.1%

Manufactura	24.4%
Construcción	4.5%
Gobierno	7.7%
Otros	39.4%

Comercio Exterior:

(millones dls.)

Exportación	3.400
Importación	2.004
Saldo	1.396

Intercambio Comercial con México:

Exportación	6.499
Importación	16.365
Saldo	9.866

Aspectos Generales

Nombre oficial: República del Perú.

Ubicación Geográfica: El país se localiza entre los paralelos 0° y 18°, latitud Sur, y entre los meridianos 68° y 82°, longitud Oeste. Colinda al Norte con Ecuador, al Noroeste con Colombia, al Este con Brasil, al Oeste con el Océano Pacífico, al Sureste con Bolivia y al Sur con Chile.

Recursos Naturales

Suelos

El país cuenta con 3,200,000 hectáreas de tierra cultivable, de las cuales 650,000 tienen acceso a riego.

Distribución del Ingreso

El 1% superior de la población recibe el 30% del ingreso disponible, el 10% superior recibe el 50%, el 60% inferior recibe el 15% y el 25% inferior recibe el 3% de ingresos disponibles.

Lima, lugar de residencia de la quinta parte de las familias peruanas, concentra el 44% de la capacidad de compra de todo el país.

Transporte

Tiene 55.000 kms. de carretera de los cuales 5.500 son asfaltados, 2.500 vías férreas; 29 puertos en el litoral y 58 aeropuertos, dos de los cuales para vuelos internacionales.

Comunicaciones

Cuarenta y tres ciudades están enlazadas por telex, 260,000 líneas telefónicas, de las cuales 210,000 corresponden a la ciudad de Lima. La Dirección General de Correos y Telégrafos tiene más de 1.500

oficinas en el país.

Hay tres canales de T.V. en Lima; se estiman 500,000 receptores en el país.

En Lima circulan nueve diarios y 30 revistas de diverso tipo. Hay también 120 salas de cine y 35 estaciones de radio.

Organización Política

Está constituido por Los poderes Ejecutivo, Legislativo y Judicial.

Organismos internacionales a los que pertenece Perú:

- Asociación Latinoamericana de Libre Comercio (ALALC) ahora ALADI.
- Acuerdo de Cartagena (Pacto Andino).
- Comisión Económica para la América Latina (CEPAL).
- Banco Internacional de Reconstrucción y Fomento (BIRF).
- Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD).
- Banco Interamericano de Desarrollo (BID).
- Acuerdo General sobre Tarifas y Comercio (GATT).
- Consejo Económico y Social de las Naciones Unidas (ECOSOC).
- Cámara de Comercio Internacional (CCI).

Corporación Financiera Internacional (CFI).

Organización Internacional del Trabajo (OIT).

Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO).

Organización de las Naciones Unidas para el Desarrollo de la Industria (ONUDI).

Sistema Económico Latinoamericano (SELA).

Economía de Perú

En 1979 se apreció incremento en la actividad productiva del país, donde como resultado que el PIB aumentara en aproximación 3%.

La inflación sin embargo no pudo ser controlada siendo 66.7%.

La razón fundamental del despegue económico se encuentra en que prácticamente se duplicó el valor de las exportaciones. El alza del precio del petróleo constituyó también un hecho favorable para las cuentas externas peruanas.

Condiciones de Acceso al Mercado

Características del Mercado

El mercado peruano tiene, en virtud de un cambio en la dirección

de su política general de importación, al liberar sus importaciones abandonando gradualmente el esquema de sustitución de importaciones vigente hasta el final del año 1980.

Disposiciones Legales

Sistema de clasificación.

En la tarifa arancelaria peruana los productos son clasificados de acuerdo con la nomenclatura de Bruselas (NAB), adaptada a los requerimientos de su participación en la Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI) y en el GRAN. La nomenclatura así obtenida recibe el nombre de NABANDINA.

Barreras Arancelarias

A) Arancel de Aduanas

Fija las tasas Ad Valorem a pagar en concepto de derechos de importación. La base de importación es el valor CIF de los productos importados.

B) Impuesto al Flete Marítimo

Fija una tasa de 10% sobre el valor del Flete Marítimo de los productos importados destinado a fomentar el desarrollo de la industria naval.

No pagan impuestos:

Alimentos, fertilizantes, insecticidas, fungicidas, herbicidas, petróleo crudo y sus derivados, medicamentos y materia prima básica pa-

na su elaboración, material médico quirúrgico, productos originarios cuya concesión ha sido otorgada dentro del marco de la ALALC y GRAN, y todos los productos importados por el gobierno.

C) Impuestos para la Promoción y Fomento de la Exportación:

Fija una tasa de 1½ sobre el valor CIF de los productos importados. Se exceptúan del pago los productos mencionados en el inciso anterior.

Barreras No-Arancelarias

A) Informe Previo:

Alrededor de 140 partidas arancelarias, de las 5,024 de que consta el arancel de aduanas, están sujetas al informe previo de la Dirección General de Industrias o de algún otro organismo sectorial similar. Los productos afectados por el informe previo sólo pueden ser importados cuando los productos similares de producción nacional no cumplan con requisitos de calidad, cantidad, precio y oportunidad.

B) Exclusividad de Importación:

Existen productos como los fertilizantes, lácteos, aceites comestibles, trigo, maíz, sorgo y semillas oleaginosas, derivados del petróleo y artículos bélicos que son importados exclusivamente por empresas públicas u organismos estatales.

C) Mercado Unico de Cambios.

Creado por el Decreto -Ley 21953, faculta al Banco Central de Reser-

va a dictar las normas necesarias para las operaciones en moneda extranjera, lo cual ha sido utilizado en el pasado reciente para restringir las importaciones.

Documentos Necesarios para la Importación:

Licencia Previa:

Serán exigibles sólo en el caso de que los productos cuya importación esté restringida.

Factura Comercial.

Toda importación de carácter comercial debe acreditarse con este documento redactado en castellano y debe contener la siguiente información:

- Nombre o razón social del remitente
- Número de orden de factura
- Número y fecha del pedido
- Número y fecha de la carta de crédito irrevocable que se utilice, cuando la hubiere
- Nombre o razón social del importador, su domicilio legal
- Marca y numeración del bulto(s)
- Cantidad y clase de los mismos, y peso de los bultos
- Descripción detallada de la(s) mercancía(s) y el valor de cada una de ellas, cuando estén comprendidas en diferentes partidas arancelarias.
- Origen de las mercancías (país)
- Partida arancelaria

Certificado de Origen.

El certificado de origen, para productos provenientes de México, debe ser expedido por la Secretaría de Comercio en forma especial.

Seguros.

Por disposición de Decreto -Ley, la cobertura del riesgo del transporte de bienes importados debe ser contratado con empresas aseguradoras peruanas.

Financiamiento.

Existe un fondo al que puede acudir el importador peruano para el financiamiento de algunas importaciones.

- Fondo de Inversiones Regionales (FIRE).

Financia hasta el 70% del monto de proyectos de inversión.

Los créditos del FIRE no pueden ser mayores de 2.000.000 de dólares ni menores de 20.000,00 dólares; el plazo mayor es de 5 años y los intereses para créditos en dólares americanos es de 13% anual.

Ferías

La "Feria Internacional del Pacífico", que se realiza cada dos años en la ciudad de Lima, durante la primera quincena del mes de noviembre, constituye un buen medio de promoción de ventas para productos que se traten de introducir al país.

Transportación

Para el transporte de productos mexicanos al Perú, se pueden utilizar tanto la vía aérea como la marítima, según el producto a exportar.

Transporte Aéreo:

Cuando se trate de productos poco voluminosos o perecederos es recomendable el transporte vía aérea. En este caso pueden utilizarse los servicios de las siguientes líneas internacionales:

AEROPERU

Paseo de la Reforma 195

México 5, D. F.

Tel. 5-66-0447

Rutas:

Lima/México

México/Lima

Oficinas en Lima

Cailloma 818

Tel. 27-6200

Periodicidad:

Lunes, miércoles y sábado

Martes, miércoles y domingo

Transporte Marítimo:

Para la exportación de productos en grandes cantidades, voluminosos o de gran peso, es preferible que se utilicen los servicios de las líneas marítimas que efectúan viajes regulares a Sudamérica.

La principal empresa naviera nacional con ruta a Perú es:

Transportación Marítima Mexicana, S. A. "T.M.M."	Representante en Perú: Marítima Trading, S. A.
Filial: Línea Mexicana del Pacífico, S. A.	Av. 28 de julio 895 Lima, 18
Insurgentes Sur 432, 4o. Piso México 7, D. F.	Tel. 45-2040

Periodicidad: 25/30 días

Puertos: Acapulco, Manzanillo, Callao

Vapores: "Campêche", "Sonora"

Tasa Arancelaria: 1% sobre el valor de la mercancía
10% sobre total del flete
35% valor mercancía C.I.F.
8% sobre tasa de impuesto

5. ANALISIS PARA LA SELECCION DEL MERCADO

Información General del Mercado:

Siendo los exprimidores de cítricos Oswell un producto mecánico doméstico, usado tanto en el hogar y en pequeños negocios como restaurantes, loncherías, juguerías y otros posibles, su demanda se basa en factores de carácter ordinario doméstico; para valorar los aspectos, magnitud y ventajas de la posible demanda ofrecida por un mercado dado, que es necesario estudiar combinadamente los aspectos socioeconómicos y productivos de tres países latinoamericanos, habiéndolos escogido por ventajas más que nada de carácter idiomático, cercanía geográfica y el liderazgo que México ejerce sobre los países de América del Sur y por el hecho de ser países de desarrollo menor o similar al de México, pues que nuestro producto puede ser más popular en estos, ya que en otros más industrializados y con mayor desarrollo, existe dominio de aparatos más sofisticados, sobre todo eléctricos, y de marcas muy conocidas y prestigiadas como Phillips, General Electric, etc, en los Estados Unidos Americanos.

Otra razón importante es que México ya realiza operaciones comerciales con estos países, y existen lazos a través de organizaciones dedicadas a ello por parte de sus gobiernos.

Con el fin de definir el mejor mercado para nuestros productos he-

mos analizado los parámetros socio-económicos, culturales y productivos de los siguientes países:

Colombia, Perú y Venezuela.

La combinación de las posibilidades que ofrece el país en cuanto a factor social, factor económico y de otros apoyos para la exportación nos dará una base que ofrece mejores garantías al efectuarse las operaciones de exportación.

Después de haber analizado la información presentada en el capítulo anterior acerca de dichos países, mostramos a continuación los principales gastos para hacer llegar al país que se escoja los exprimidores.

Empaque Vía Aérea

En el caso de que se utilice vía aérea los exprimidores se empaquetarán en cajas de cartón flejadas de 9 exprimidores cada una incluyendo el envase individual de presentación y protección normal.

Las medidas del empaquete son de 58cm x 73cm y 50cm de altura.

El primer pedido al extranjero constará de 2898 exprimidores, empaquetados en 322 cajas.

El precio por unidad es de \$2,500 sumando la cantidad del embarque 7'245,000 pesos dato necesario para la cotización del seguro.

Cotización Aérea a Caracas, Venezuela.

La Compañía Mexicana de Aviación tiene la cotización de la siguiente manera:

Por cada 1.84 kgs. a razón de 1 dólar de flete.

El embarque de las 322 cajas tiene un peso de 12,461.4 kgs. multiplicado por 1.84 nos da 22,928.97 dólares precio del flete.

El volumen se toma en cuenta como cotización del flete siempre y cuando la multiplicación de 2 de los lados de la caja por la altura de la misma y dividido entre 6000 sea mayor que 38.700 kg. que en este caso es el peso por caja de 9 exprimidores.

Las cajas miden 56 cm. x 73 cm. y 50 cm. altura; su cotización respecto al volumen se obtiene: $58 \times 73 \times 50 \div 6000 = 35.26$ de volumen. Valor mercancía 7'245,000 pesos.

- Costo Flete	22,928.97 dólares
- Manejo Aduanal	96.53 "
- Seguro (multiplica el valor de la factura x .0045) =	165.49 "
- Cargos Adicionales del valor de Manejo y Seguro 15%	39.20 "
	<hr/>
	23,230.29

* 6000 Factor constante de cotización en volumen de Mexicana de Aviación

Costo Total, Flete, Manejo, Seguro y Cargos Adicionales puesto en Caracas, Venezuela

Cotización Aérea a Bogotá, Colombia.

La Compañía Mexicana de Aviación tiene la cotización a Bogotá, Colombia por cada 1.68 kg. a razón de 1 dólar de flete.

El embarque de las 322 cajas tiene un peso de 12,461.4 kg. multiplicado por 1.68 nos da 20,935.15 dólares precio del flete.

El volumen es el mismo que el calculado para fletear a Venezuela, el volumen es inferior que el peso, siendo sujeto para cotización por peso por ser mayor la relación kg. a volumen.

Por mercancía 7'245.000 pesos

<i>Costo Flete</i>	<i>20,935.15 dólares</i>	
<i>- Manejo Aduanal</i>	<i>96.53</i>	<i>"</i>
<i>(En base valor facturas según tablas de Mexicana)</i>		
<i>- Seguro</i>	<i>165.49</i>	<i>"</i>
<i>- Cargos Adicionales</i>	<i>39.30</i>	<i>"</i>
	<i>21,236.47</i>	<i>"</i>

Costo Total, Flete, Manejo, Seguro y Cargos Adicionales puesto en Bogotá, Colombia.

Cotización Aérea a Lima, Perú.

La Compañía Mexicana de Aviación tiene la siguiente cotización:

Por cada 1.92 kg. a razón de 1 dólar de flete.

El embarque de las 322 cajas tiene un peso de 12,461.4 kg. multiplicado por 1.92 nos da 23,925.88 dólares precio del flete.

El volumen se toma en cuenta como cotización del flete siempre y cuando la multiplicación de 2 de los lados de la caja por la altura de la misma y dividido entre 6000 sea mayor que 38.700 kg. que en este caso es el peso por caja de 9 exprimidores.

Valor Factura	7'245.000 pesos
- Costo Flete	23,925.88 dólares
- Manejo Aduanal	96.53 "
- Seguro	165.49 "
- Cargos Adicionales	<u>39.30 "</u>
	24,227.20

Costo Total, Flete, Manejo, Seguro y Cargos Adicionales puesto en Lima, Perú.

TABLA COMPARATIVA DE PRECIOS DE VENTA EN: VIA AEREA - CIF
(COTIZACION DE CIA. MEXICANA DE AVIACION)

	CARACAS VENEZUELA	BOGOTA COLOMBIA	LIMA PERU
Valor Factura (Moneda Nat.)	<u>7'245.000 pesos</u>	<u>7'245.000 pesos</u>	<u>7'245.000 pesos</u>
	200 dólares	200 dólares	200 dólares
En dólares	36,225 dólares	36,225 dólares	36,225 dólares
Flete	23,230.29 dls.	21,236.47 dls.	24,227.20 dls.
Flete Fábrica- Aeropuerto	40.00 dls.	40.00 dls.	40.00 dls.
* Incluye Seguro y Manejo Aduanal.			
u.S.	\$ 59,495.29	57,501.47	60,492.2

A continuación se presenta la cotización de fletes vía marítima por *Transportación Marítima Mexicana* hacia los tres países en gestión.

Nótese la extrema diferencia de costos comparando con el flete vía aérea; más adelante se concluirá por cual se opta.

Flete por Vía Marítima

Cotización de Transportación Marítima Mexicana:

Saliedo de Tampico y Veracruz hacia:

Puerto Cabello, Venezuela

Con periodicidad de 30 días.

Costo Natural	US	\$ 80.00/tonelada o M ³	
Combustible		20.00	"
Recargo Pto. Cabello		10.00	"
Baja Productividad (Pto. Cabello)		10.00	"
Recargo Compensatorio (vs IVA)		7.00	"
Baja Productividad (Pto. Tampico)		10.00	"
<hr/>			
Total	US	\$ 137.00	"

TOTAL FLETE 137x 12.4614 Ton. = 1,707.21 dólares

ESTA TESIS NO DEBE
SALIR DE LA BIBLIOTECA

Flete por Vía Marítima

Cotización de Transportación Marítima Mexicana:

Saliendo hacia:

La Guaira, Venezuela

Costo Natural	US \$ 80.00/Tonelada o M ³
Combustible	20.00 "
Recargo en La Guaira	20.00 "
Baja Productividad La Guaira	10.00 "
Recargo Compensatorio (vs IFA)	7.00 "
Baja Productividad (Pto. de Veracruz)	10.00 "
Cargo Adicional en Vera- cruz	10.00 "
<hr/>	
Total	US \$157.00 "

Periodicidad a

La Guaira de Veracruz 30-días

Total Flete 157 x 12.4614 ton. = 1,956.43 dólares

Duración del viaje: 17 días.

Saliedo de Manzanillo hacia
El Callao, Perú
Con periodicidad de 30 días

Costo Natural	US	\$ 77.00/Tonelada o M ³
Combustible		30.00 "
Recargo Pto. Callao		05.00 "
Recargo Compensatorio		7.00 "
Baja Productividad Pto. Callao		5.00 "
		<hr/>
		124.00

124 x 12.461 Ton.

Total flete 1,585.60 dólares

Saliendo de Manzanillo hacia Colombia

llegando a Puerto Buenaventura

<i>Costo Natural</i>	US \$ 110.00/Tonelada o M ³
<i>Combustible</i>	6.00 "
<i>Recargo en Buenaventura</i>	5.00 "
<i>Baja Productividad (Buenaventura)</i>	6.00 "
<hr/>	
<i>Total</i>	US \$ 127.00 "

Total Flete

127 x 12.461.4 ton. = 1,582.59 dólares

Estas cotizaciones no incluyen seguros (a la mercancía específicamente) sólo el transporte es responsable por averías inherentes a su maniobra dentro del buque, pero las maniobras terrestres inclusive no están incluidas en dichos costos. El seguro se contrata aparte en cualquier aseguradora.

* En este caso se nos cobrará por peso ya que se considera que ocupa más peso que volumen:

	_____ 73 _____	
Medidas		S\$
de c/caja		
con 9 ex-	Alt. 50	
primidores		

En total serían 322 cajas conteniendo 2,898 exprimidores (lote mensual)

Su peso sería: 38.7 kg. C c/exprimidor

x 28 a 8

12.461.4 toneladas

por precio de cada destino estimado
en toneladas

Las maniobras en Puerto se contratan con el agente aduanal que se contrate en el puerto escogido.

Cotización C.I.F. via marítima saliendo de Tampico
para La Guaira, Venezuela

Valor de la mercancía

\$ 2500 x 9 = \$ 23,500 (caja de 9)

x 322 cajas

7'245.000

- Flete Guadalajara-Tampico	60,732.50
- Maniobras 740.00/tonelada	9,221.45
- Seguro desde punto origen hasta puerto de destino (Guadalajara-La Guaira)	33,615.00
(En el cap. se calcula)	
- Flete Marítimo	391,286.00
- Manejo Aduanal	50,000.00
(Incluye maniobras de puerto carga y descarga y obtención documentos para conocimiento de embarque)	
- Se haya exenta de impuestos de exportación	
- Comisión Consorcio Exportación	65,200.00

CIF Valor Factura Total

7'855,054.90

En dólares

US

\$

39,257.27

O sea a 121.91 dls. la caja de 9 exprimidores

y 13.54 " por cada exprimidor

El importador pagaría de aranceles:

28% Ad Valorem CIF US \$ 10,992.03

En porcentaje nos representa un incremento sobre el costo CIF de un 28%.

Esto representa los siguientes costos totales para el exportador y el importador:

Costo CIF	39,257.27
Aranceles	10,992.03

\$ 50,249.30 dólares

Cotización Vía Marítima saliendo de Manzanillo
para Callao, Perú (CIF)

Valor de la Mercancía

2500 x 9 \$22,500 (caja de 9)

x 322 caja

7'245,000.00

- Flete Guadalajara-Manzanillo 50,000.00

- Maniobras \$740 por tonelada 9,221.45

- Seguro desde punto de origen hasta
punto de destino (Guadalajara-El Callao) 33,615.00

- Flete Marítimo 317,120.00

- Manejo Aduanal
(Incluye maniobras de puerto carga y
descarga y obtención de documentos
para conocimiento de embarque) 53,000.00

- Comisión Consorcio de Exportación 65,200.00

- Impuestos de Exportación -

CIF Valor Factura Total \$7'773,156.40

En dólares US \$ 38,865.78

O sea 120.701 dólares la caja de 9 exprimidores
y 13.41 " por cada exprimidor

El importador pagarla de aranceles:

1% sobre valor mercancía	362.25
10% " total fletes	158.56
35% valor mercancía CIF	13,603.01
8% sobre tasa de impuestos	411.07
	<hr/>
US \$	14,534.89

En porcentaje nos representa un incremento sobre el costo CIF de un 37.3%.

Esto nos representa los siguientes costos totales para el exportador y el importador:

Costo CIF	\$ 38,865.78
Aranceles	<u>14,534.09</u>
	\$ 53,400.67 dólares

Cotización Vía Marítima saliendo de Manzanillo
para Puerto Buenaventura, Colombia (CIF)

- Valor Mercancía			
2,500 x 9 \$22,500 (caja de 9)			
x 322			7'245.000.00
- Flete Guadalajara-Manzanillo			50,000.00
- Mariobra \$740.00 /tonelada			9,221.45
- Seguro desde punto de origen hasta punto de destino (Guadalajara-Buenaventura)			33,615.00
- Flete marítimo			316,519.56
- Manejo Aduanal (Incluye maniobras de puerto; carga y des- carga y obtención de documentos para cono- cimiento de embarque)			53,000.00
- Impuestos de Exportación			-
- Comisión Consorcio Exportación			<u>65,200.00</u>
CIF Valor Factura	Total		7'772,555.90
En dólares	US	\$	38,862.78

O sea 120.69 dólares la caja de 9 exprimidores
y 13.41 " por cada exprimidor

El importador pagaría de aranceles:

41.5% Ad Valorem CIF US \$ 16,128.05

El importador requiere permiso para importar productos con la clave arancelaria de nuestros exprimidores [82-08a-99]

En porcentaje sobre el costo CIF nos representa un incremento del 41.5%

Esto nos representa los siguientes costos totales:

Costo	CIF	\$ 38,862.72
Aranceles		<u>16,128.05</u>
		\$ 54,990.75 dólares

5.1 JUSTIFICACION DE LA SELECCION DEL MERCADO

Analizando toda la información necesaria en cuanto a las alternativas para mandar nuestros exprimidores hacia Venezuela, Colombia y Perú, vemos que por la vía aérea los costos nos resultan demasiado altos, ya que del valor de nuestra mercancía, nos representan de un 60 a un 65% de incremento sobre el mismo, haciendo con esto que sea prácticamente imposible realizarlo por este medio.

En consecuencia de lo anterior, se optó por enviar la mercancía por vía marítima, en donde tomando como base el valor de la mercancía, se ve que existe un incremento de un 5 a un 10% sobre el mismo valor, haciendo más factible el plan de exportar.

En lo referente a las cotizaciones CIF para cada país, se pudieron apreciar los siguientes costos por vía marítima:

		Costo Total (En dólares)
A La Guaira, Venezuela	\$	39,257.27
A Buenaventura, Colombia		38,862.78
A El Callao, Perú		38,865.78

De lo anterior se desprende que aparentemente es más conveniente exportar a Colombia o a Perú, ya que los costos totales que nos impli-

caría realizarlo son menores que a Venezuela, pero se debe tomar en consideración la situación económica de cada uno de los países en donde vemos que Venezuela goza de una mejor posición, debido a su política de comercio exterior y a que hay más facilidad para el comercio en general para la obtención de divisas, haciendo con esto más conveniente realizar la exportación hacia Venezuela.

Otro punto que se ha de considerar es la cercanía que existe entre los puertos y las ciudades hacia donde va dirigido nuestro producto, en donde la distancia entre La Guaira y Caracas es mucho menor a la de Bogotá-Puerto Buenaventura, así como la de Lima y el Callao, contando Venezuela con una supercarretera de el puerto a donde arribará nuestra mercancía, La Guaira y Caracas, la cual hace mucho más rápido el transporte y más seguro, disminuyendo los costos de transporte para nuestro comprador.

Existe otro elemento que es de suma importancia para la selección, y que es el de la tasa arancelaria que tiene que pagar el importador de la mercancía en su país de origen, en donde Venezuela es menor la tasa que en Perú y Colombia. A continuación se muestran los incrementos sobre el costo CTF en porcentaje:

En Venezuela	28%
En Perú	37.3%
En Colombia	41.5%

Lo que nos representa un factor más para inclinarnos por la elección de Venezuela. Estos porcentajes nos dan las cifras totales reales, a las cuales queda nuestro producto dentro del país al que exportamos, considerando todos los costos (CIF) que nosotros realizaremos, así como la tasa arancelaria que pagará el importador a su país, a continuación se presentan estos costos para cada país.

Venezuela

Costo CIF en La Guaira	\$ 39,257.27
Aranceles	<u>10,992.03</u>
	\$ 50,247.30 dólares

Perú

Costo CIF en El Callao	\$ 38,865.78
Aranceles	<u>14,534.89</u>
	\$ 53,400.00 dólares

Colombia

Costo CIF en Pto. Buenaventura	\$ 38,862.78
Aranceles	<u>16,128.05</u>
	\$ 54,990.75 dólares

Se puede apreciar la conveniencia económica real de realizar la exportación hacia Venezuela.

De todo lo anterior se desprende que es más conveniente enfocar nuestros esfuerzos de exportación hacia Venezuela, además de tener en Venezuela el contacto con el cliente a quien deseamos vender.

A continuación presentamos la copia de un télex que nos llegó a través del IMCE, solicitando información sobre posibles clientes y sobre la situación actual del mercado de exprimidores y más que nada para enterarnos de la competencia local en ese país.

La información que nos llegó, aunque ya tenemos contactado al cliente principal para que comercialice nuestros exprimidores, no sale sobrando ya que en el télex tenemos nombres de 5 firmas más que se interesan en tratar con nosotros.

681824 IMCEME
681824 IMCEME

21388 IMCE VC

CARACAS, VEN
NOV/19/84
CCV 1134/84

AT'N. CECENA

RESULTX REF. 833 INFORMOLE FRACC. ARANCELARIA EXPORTADORES MANUALES 82088999, LOS DEMAS APARATOS MECANICOS DE USO DOMESTICO (EXTRACTORES DE JUGO), GRAV. 35; A.V. BENEFICIADO F/MEXICO A.A.P. NUM. 30, GRAV. APLICABLE 2B; NO REQUIERE PERMISO COMERCIO SIN EMBARGO IMPORTADORES DEBERAN SOLICITAR DOLAR PREFERENCIAL A MIN. HACIENDA.

EXISTEN DIVERSAS ENSAMBLADORAS ESTE PRODUCTO EN VENEZUELA, POR LO QUE MERCADO P/PRODUCTO TERMINADO ENCUENTRASE LIMITADO, SIN EMBARGO SIG. EMPRESAS INTERESADAS EN RECIBIR COTIZACIONES:

- CORAL, C.A., CALLE LA LIMONERA, EDIF. LARCO URB. LA TRINIDAD, APDO POSTAL 3975, CARACAS, TEL 933877, TLX 21577, ATN SR. LUIS SANCHEZ
- COMERCIAL PROSPEKI, C.A. BARCENAS A RIO, EDIF. SADIA CARACAS TEL 413797 418231, TLX 26199 COPRO VC ATN SR. IGNACIO MORELLON
- GONZALEZ Y BOLIVAR, C.A. EDIF. MUNICIPAL, ESQ. MUNICIPAL CARACAS TEL 419461 AL 68 ATN SR. ALEJANDRO SUCHE
- SADARI, S.A. CALLE REAL DE SABANA GRANDE, EDIF. ARISMENDI, CARACAS, VENEZUELA TEL 7827443 7827409 ATN SR. ALVAREZ CERFATI.
- REPRESENTACIONES FIG-TOR-DOL, C.A. CASA FIGTORBOL, AV. BOGOTA, EL CEMENTERIO CARACAS, VE TEL 627124 627589 ATN SR. ALEJANDRO FIGLE-NGA.

ERBESSD

21388 IMCE VC

6. ESTRATEGIA DE PENETRACIÓN AL MERCADO META

Oswell, S. A. como exportador, es un vendedor que debe poseer una serie de conocimientos especializados en la problemática que plantea el hecho de vender en el extranjero. Esta especial problemática procede de la siguiente serie de factores: Los clientes en Venezuela se hallan sometidos a una legislación diferente de la aplicable en el mercado mexicano; la distancia que separa nuestra localidad con Venezuela; se tienen allá diferentes gustos y hábitos, costumbres y cultura; el transporte es más caro; hay que calcular con precisión muchos más factores de todo tipo que incrementan mucho los riesgos.

Aun con todo lo anterior, el mercado elegido, Venezuela, tiene mucha similitud con nuestro sistema total mexicano que incluye los factores mencionados, y esto denota una importante ventaja para nosotros.

Es por todos los riesgos que muchas empresas prefieren dedicarse sólo al mercado nacional o bien que vendan a clientes extranjeros por mediación de intermediarios y canales que les allanen los problemas en tal forma que las exportaciones se conviertan para ellos en meras ventas de tipo interior.

Un punto bien importante es la elección del canal de distribución para penetrar al mercado seleccionado, y a continuación presentaremos

los principales de ellos, con sus ventajas y desventajas, para posteriormente elegir para Oswell, S. A. el que sea más idóneo en la introducción de exprimidores de cítricos a Venezuela.

LAS DISTINTAS ALTERNATIVAS POSIBLES PARA INTRODUCIRSE EN LOS MERCADOS EXTRANJEROS

Elegido	Quien realiza las operaciones de exportación	Ventajas	Desventajas
Usar en subarrendamiento en subarrendamiento internacionales	Productor	Conocer exactamente los requerimientos apetecidos por el consumidor.	Venta ocasional sin continuidad
Uso, agrupación cooperativa de exportación	Productor o agrupación según el caso	El consorcio promociona los productos exportables y suele realizar trámites.	Se hace difícil mantener la individualidad y la imagen de calidad del propio producto en el extranjero
Directa al extranjero	Productor	Se contrata directamente con el consumidor. Evita costos en el exterior.	Sólo es aplicable en ventas de importe elevado que permita amortizar los costos en que se incurre al realizar una operación sola.
	Productor	Descubre clientes y los contacta con el productor. Ofrece servicios de	Puede ayudar también a otros competidores

Quien realiza las operaciones de exportación

Ventajas

Desventajas

asesoramiento.

No hay compromiso de vinculación

Productor y agente según contrato

Busca directamente los compradores.

Trabaja a base de comisión y no se incurre en grandes gastos.

No suele ofrecer servicios adicionales y no garantiza fidelidad.

El productor no llega a conocer a los compradores

Productor y representante según contrato

Vende en nombre del productor, suele comprometerse a trabajar sólo con una marca (productor).

Ayuda a realizar trámites y a ampliar ventas en su zona.

Se asumen todos los riesgos incluso en controlar al representante

Productor y Distribuidor según contrato

Pone al servicio del productor su red comercial. Puede vender por su cuenta comprando directamente

El distribuidor organiza su propia política de ventas y puede preferir promocionar productos poco interesantes para el productor

Quien realiza las operaciones de exportación

Ventajas

Desventajas

Productor

te productos.

A veces distribuye productos de la competencia

Financia campaña y promociones

Estar en contacto directo.

Exige elevada inversión de establecimiento, pago de salarios, contratación nacional de personal, frecuentes viajes, control.

Disponer de servicios y existencia en el sitio

Permite entrar en mercados con aranceles elevados.

Peligros de difusión de secretos industriales.

El licenciataria puede acabar de adecuar el producto al mercado. El licenciataria corre con gastos de producción y riesgos de todo tipo.

Difícil control de la empresa licenciataria

Se concluye que lo ideal para la empresa Dawell, S. A. es laborar a través de un consorcio de exportación y buscar en el extranjero un distribuidor que comercialice nuestro producto. La justificación de esta decisión y el modo en que se operará con el consorcio, se menciona en el siguiente capítulo.

A través de la Cámara de Comercio y según fuentes fidedignas que nos hablaron de la competencia, distinguimos las firmas distribuidoras que más nos interesan para cederles la autorización de comercialización exclusiva en Venezuela, éstas son: La C. A. de Distribuidora de Alimentos (CADA), Central Madeirense C. A. y Automercados TIA C.A.

Para decidir cuál sería la más adecuada se enviarán costos para mencionarnos nuestro interés en trabajar con ellos y para escoger la más interesante según sus respuestas, complementándose la decisión con información de ellos, comercial y financieramente, su solvencia y seriedad. La agencia o consorcio de exportación se encargó de conseguir esta información.

6.1 ORGANIZACION

Habiendo determinado el país al cual se desea exportar, en base a la información presentada en el capítulo anterior, que en este caso fue seleccionado Venezuela se determinará la organización necesaria dentro de la empresa, así como todo lo relacionado con la actividad exportadora que pretendemos realizar.

En el capítulo 3 inciso 2, en lo referente a la capacidad administrativa, se plantea la posibilidad de implantar un departamento de ventas internacionales, lo cual implicaría la contratación de una persona sumamente capacitada y con amplia experiencia en el ramo de la exportación, lo cual nos implicaría un gasto por:

Sueldo Mensual	\$ 80,000.00
Implantación Oficina	100,000.00
Varios	<u>15,000.00</u>
	\$ 195,000.00

Significaría un desembolso inmediato de \$195,000.00 más cada mes la liquidación de su sueldo.

Esta inversión es muy grande para la empresa Oswell, S. A. debido a que es de tamaño pequeño y también a la incertidumbre de si se lo

grará realizar la venta y más aún si se podrá mantener una continuidad en las exportaciones, hacen que no sea aconsejable la instalación del departamento de ventas internacionales dentro de la empresa.

Debido a la conveniencia de implantar el departamento de ventas internacionales, se opta por trabajar con un consorcio de exportación que viene a ser la agrupación de varias empresas para reunir esfuerzos afines. En este caso, un solo departamento común de exportación actúa como departamento de exportación de cada una de las demás empresas participantes en el consorcio o grupo.

La forma en que se trabajará con el consorcio sería haciéndonos socios del mismo con una aportación mínima de \$50,000 y se nos cobrará una comisión del .899% sobre el valor de la mercancía.

Eellos se encargarían de realizar todo trámite necesario para lograr las transacciones.

Creemos que esto es bueno ya que ellos tienen suficiente experiencia en el ramo y prestigio en cuanto a su trabajo; más adelante conforme crezca nuestro negocio en este campo se procederá a crear un departamento de comercio exterior, pero por lo pronto es suficiente contar con el asesoramiento del consorcio.

La organización previa de la empresa exige:

- Definir un responsable que será la base de la actividad exportadora y que en este caso como ya se mencionó anteriormente, será el Consorcio de Exportación, en coordinación con el Gerente General de Osivell, S. A.
- Crear un órgano o un departamento responsable de la exportación; este es un punto que se proyecta para futuro cuando maduren más las actividades de comercio exterior en la empresa.
- Hacer un inventario de los medios necesarios: Financieros, por los cuales no hay problema, ya que la empresa es muy solvente, la capacidad de producción ya analizada, material humano que significa en este caso el que labora tanto en la empresa como en el consorcio.
- Fijar los objetivos, mencionados en el 2º capítulo.
- Elaborar un diagrama de flujo con los pasos necesarios para realizar la exportación.

A continuación se muestra el procedimiento que deberá seguirse para cumplir con las exportaciones programadas:

1. Análisis de la capacidad y condiciones de la empresa.
2. Realizar el contacto con el consorcio, hasta que llegue el aviso bancario de apertura de la carta de crédito.
3. La localización y contacto con el cliente.

4. *Surtir el pedido.*
5. *Empacar y embalar la mercancía.*
6. *Determinar la ruta a seguir para el envío.*
7. *Despachar el pedido, para lo cual se requerirá de la documentación siguiente:*
 - a) *Factura comercial*
 - b) *Guía de conocimiento*
 - c) *Visado consular*
 - d) *Lista de empaque*
 - e) *Despacho aduanal*
 - f) *Certificado de origen*
8. *Adoptar las medidas de protección y seguridad necesarias para el envío, mediante la contratación de un seguro.*
9. *Ejecutar el cobro.*
10. *Solucionar cualquier contratiempo que surja durante el proceso documental y físico de la exportación.*

6.2 COTIZACIONES Y SEGUROS

La empresa Oswell, S. A. consciente de la dificultad que implica el lograr iniciar la exportación con uno o más clientes y más aún, lograr mantener el trato continuo con el comprador prefiere no sólo tener un buen producto para ofrecer a un buen precio y condiciones favorables, sino que también brindar al comprador en un convenio todas las facilidades necesarias, para que se interese en realizar la operación tratando de evitarle complicaciones innecesarias en la recepción de la mercancía.

Teniendo esto en consideración, la empresa Oswell, S. A., decide analizar cuál tipo de cotización es más conveniente para la exportación de su producto considerando su experiencia así como la conveniencia económica de cada uno.

En un convenio del planteamiento de la posibilidad de llevar a cabo la exportación en empresa Oswell, S. A., consideró conveniente debido a su costo y a la menor dificultad que presenta enviarle a Automercados TIA C. A. F.A.S. (Franco al costado del buque) en donde la empresa cubriría todos los gastos de documentación necesaria, embalaje, el costo del flete del camión de Guadalajara-Tampico, incluyendo el seguro de la mercancía, así como la carga y descarga, los impuestos de exportación y documentos aduaneros, y los gastos de muelle, almacén y manipulación,

dejando la mercancía al costado del buque.

Pero al sostener pláticas con el Consorcio de Exportación se analizó que es más conveniente para ambas partes si le dicamos una cotización C.I.F. (Costo, seguro y flete) ya que lo motivaría más a realizar la compra, evitándole al cliente muchas molestias para poder recibir su mercancía. Tomando en consideración lo anterior, se decidió llevar a cabo una cotización para nuestro posible cliente Automercados TIA C.A., C.I.F. en donde la empresa Oswell, S. A. correría con los siguientes gastos:

- Flete Guadalajara-Tampico
- Maniobras de carga y descarga
- Seguro de Flete
- Flete marítimo
- Seguro del flete marítimo
- Manejo aduanal, que incluye maniobras en el puerto de carga y descarga y la obtención de documentos para conocimiento de embarque.

El Seguro

Es un contrato en virtud del cual el propietario de una mercancía hace soportar a un tercero (el asegurador) los riesgos implicados en una operación, mediante el pago de una prima. El asegurador será:

"Sucesores de Allen W. Lloyd, Agentes de Seguros, S. A. de C. V.

Ciertamente al vender al extranjero debemos hacer frente a cierto número de riesgos, el fracaso de su acción comercial, el impago de su crédito, ya sea por razones comerciales o no comerciales, que viene a ser el riesgo del crédito y los riesgos del transporte.

El seguro es como el cumplimiento de la responsabilidad del transportista, ya que no sería realmente útil contratar una póliza de seguro si el transportista se declarase completamente responsable de todos los daños susceptibles de acaecer a los bienes que se le confían desde el momento en que toma posesión de ellos hasta el de la entrega al destinatario final.

Las leyes, la jurisprudencia y los acuerdos internacionales tienden a limitar la responsabilidad del transportista.

El Seguro Marítimo.

En el Seguro Marítimo los tipos de cobertura que pueden contratarse para amparar las mercancías varía entre una gama de posibilidades, que clasificadas de mayor a menor protección son:

a) A todo riesgo (All Risks). Es la cláusula de seguro que ofrece mayor

garantía. Cubre los daños y riesgos debidos a cualquier causa externa, como ganchos, el derrame de aceite, contactos con otros buques, pero sin incluir los daños derivados por el deterioro interno de la propia mercancía, ni las pérdidas relacionadas con un ataque al barco por guerra, o por una huelga del personal del mismo barco.

- b) *Con avería particular (With Average W. A.)* Las pérdidas parciales o daños provocados por los peligros del mar son pagados por el asegurador siempre y cuando excedan del porcentaje de franquicia que se establece y que corre a cargo del asegurado, que generalmente es hasta el 3%; con esta cláusula la póliza no cubre los daños causados por otros motivos como puede ser la de robo, que debe cubrirse especialmente, pero si la pérdida total, la avería gruesa y los daños parciales atribuibles a incendio, hundimiento u otras causas ya cubierta en la póliza que ofrecen menos cobertura.

- c) *Franco de Avería Particular (Free of Particular Average) F. P. A.* Esta cláusula protege a las mercancías contra pérdida, daños totales y averías gruesas, en donde vemos que la avería particular afecta a una mercancía en tanto que sea tal, en cambio la avería gruesa afecta a todas las mercancías embarcadas, hayan sido dañadas físicamente o no. En este tipo de seguro, la empresa Swirell, S. A. puede reclamar pérdidas parciales y particulares si el barco se hunde, si sufre incendio o colisión. Las pólizas bajo cobertura Franco de Avería Par-

ticular pueden concertarse a condiciones inglesas o americanas. Las condiciones inglesas son más favorables para el asegurado porque permiten que pueda reclamar una indemnización sobre daños parciales, siempre que se hayan producido o no de estos eventos y la que la mercancía haya sido dañada. En cambio, bajo las condiciones americanas se exige que haya relación directa entre los daños y una de estas causas mencionadas.

d) Pérdida Total por Abandono (Total Loss Only T. L. O.)

El asegurador paga si el cargamento queda tan dañado que resulta antieconómico su recuperación.

e) Pérdida Total Efectiva (Total Loss of Vessel Only) T.L.V.O.

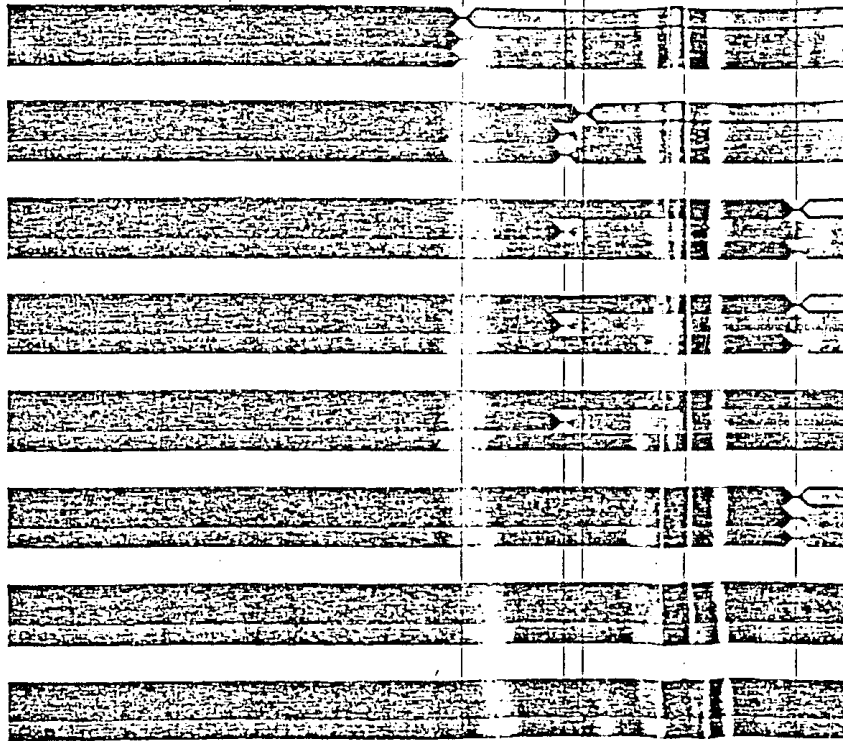
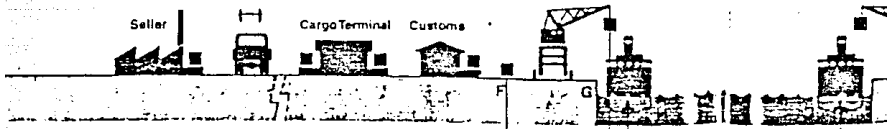
El asegurador paga el cargamento solamente si el buque queda totalmente destruido. Este tipo de seguro constituye la garantía mínima posible para la mercancía que se ha de embarcar.

La empresa Oswell, S. A. después de analizar las posibles alternativas decidió, en combinación con la Compañía Aseguradora "Sucesores de Allen W. Lloyd, Agentes de Seguros, S. A. de C. V." el contratar un seguro de riesgos ordinarios, desde el punto de origen Guadalajara, cubriendo el seguro del flete de transporte terrestre a Tampico, así como el seguro del flete marítimo de Tampico a La Guaira, Venezuela.

El costo del seguro con el flete total de Guadalajara-Tampico-La Guaira, Venezuela es estimado en base al valor de la mercancía:

Factura comercial	\$ 7'245,000
.4%	28,980

En donde se le carga un 4 al millar, que representa el valor del seguro.



Figes
 10 on who should pay such taxes, duties etc. as are payable upon import

6.3 ESTRATEGIA DE PRECIOS

Aun sabiendo que en el mercado internacional hay posibilidades de manejar un margen de utilidad más amplio que el de un mercado nacional, ya que no existen las presiones cotidianas sobre todo de la competencia al estar constantemente luchando con los precios y por los mercados locales; nuestra política de precios para el extranjero, y en caso concreto para Venezuela no será la de tratar de amarrar al postor de un solo bocado, sino que trataremos de empezar poco a poco, invirtiendo en las primeras compras al recortar un poco el margen de utilidad, pero esperando que para el futuro las perspectivas sean cada vez más favorables para Oswell, S. A.

Otra cosa que favorece el poder tener más ganancia en un mercado exterior (Venezuela), es que la competencia tiene que llegar también a través de los medios que nosotros usamos, pero si examinamos que a veces esa competencia viene de más lejos, entonces su costo-flete será forzosamente más grande que los nuestros, inflando con esto su precio de venta al importador.

Más objetivamente, nuestra competencia principal es una firma mexicana que tiene mucho tiempo y prestigio en el mercado nacional y que es en sí líder en el mercado, sobre todo en cuanto a los exprimidores que producen ya que esa línea para Oswell, S. A. es más nueva en tiempo.

comparando con la que la competencia tiene en el mercado.

Sin embargo a Venezuela somos los primeros en exportar y esa sombra que nos hacía nuestra competencia interior será nula por lo pronto.

Como ya dijimos aun no teniendo que considerarlos a ellos en Venezuela, no queremos avorazarnos en el mercado al tratar de ganar demasiado, además de que tenemos oponentes locales en la plaza seleccionada y es importante tenerlo en cuenta.

Nuestro precio de venta para el importador será exactamente con el mismo margen de utilidad que tenemos en México cargándole al cotizarlo CTF lo inherente. Tal vez más después se intente conseguir de 2 a 7 tantos % más para nuestra utilidad, pero todo depende del volumen que se maneje más tarde, ya que si es elevado, es contrario un aumentar el precio este bajará debido a que su cantidad nos permitirá bajar más el costo fijo unitario; pero por el momento nuestro precio será \$ 2,500 por exprimidor, \$22,550 por caja de 9 rds los gastos de envío.

El porcentaje de utilidad que estamos considerando es del 25%, ya que nuestro exprimidor tiene un costo total de \$2000 ya considerando el empaque y el embalaje, de tal manera que con el 25% de utilidad, nuestro precio de venta es de \$ 2500 por exprimidor.

La competencia en Venezuela existe, ya que hay exprimidores de manufactura de dicho país; su precio en el mercado es de US \$21 dólares cada uno.

Acordando con nuestro distribuidor concluimos que el precio fijado más benéfico tanto para él como para nosotros, en el mercado venezolano sería de US \$ 23 dólares cada uno, que resulta aproximadamente un 11% más caro que el precio de venta de los exprimidores locales, pero sin embargo confiando en la superior calidad de nuestros exprimidores, no sería mayor obstáculo para su buen desplazamiento.

Se está considerando para su determinación de este precio, que al importador nuestro producto le llegara al siguiente precio:

Valor de la mercancía en La Guaira, Ven. (CIF)	\$ 39,257.22
ya 25% de aranceles Ad Valorem	<u>10,992.03</u>
	\$ 50,249.3 dólares

Que divididos entre la cantidad total de exprimidores nos da el costo unitario en Venezuela:

\$ 59,245.3	Costo unitario \$ 17.33 dólares
<u>2898</u>	

Al cual se le incrementa un 35%, en donde van considerados los gastos de mover la mercancía del puerto a Caracas así como el margen

de utilidad de nuestro distribuidor, quedando el precio de venta como sigue:

Costo Unitario	\$ 17.33 dólares
Más 35% flete La Guaira-Caracas y margen utilidad	<u>6.06</u>
Precio Venta Público	\$ 23.39 dólares

Quedando nuestro producto en comparación con la competencia local como sigue:

Precio Venta Competencia	\$ 21 dólares
Precio Venta Nuestro	23.40

lo que nos representa que nuestro producto está un 11.4% más caro que la competencia local.

Se confía en que se podrán iniciar y mantener las ventas de nuestro producto gracias a su mejor calidad.

7. DESARROLLO DE UNA COMPRA-VENTA INTERNACIONAL Y SUS FORMALIDADES

Se incluye la formalidad del contrato con una carta de crédito irrevocable (forma de pago del crédito documentario con pago contra documentos). La operación parte del momento de la firma del contrato de compra-venta en el que las partes Oswell, S. A. como vendedor o exportador y el comprador o importador AutoMercados TIA CA. convienen tipo de cotización, obligaciones, individualización de las mercancías a intercambiar (expónedores) forma de pago, etc.

Antes de iniciarse propiamente la operación comercial, las partes se aseguran de que podrá realizarse obteniendo los permisos administrativos necesarios: licencias de importación, exportación, certificados y permisos precisos, certificados de origen, seguro de transporte marítimo cuando sea el vendedor el que lo cubra, cosa que sí ocurre en este caso.

El comprador por su parte, en Venezuela deberá obtener los permisos y licencias necesarios.

Obtenidas estas licencias y permisos el comprador ordena la apertura de un crédito documentario en favor del vendedor y cuando este recibe la notificación de la apertura entrega las mercancías al transportista para que este las haga llegar al comprador.

El transportista se hace cargo de las mercancías entregando al vendedor los documentos de recepción para transporte. A partir de aquí las mercancías son transportadas. Y para pasar por los trámites aduaneros en frontera, se recurre a la colaboración de un agente aduanal que se contratará a través del consorcio.

El comprador entrega la documentación necesaria para poder recoger la mercancía en el puerto de su país. El Banco avisador la transmite al Emisor y este al comprador. Este es un sistema empleado para garantizar que el comprador tenga que pagar para poder recoger los exprimidores. Este caso se logra como se mencionó en lo referente a la carta de crédito irrevocable donde las mercancías se consignan a nombre del banco emisor del crédito documentario.

Forma de Pago

El plazo que se considera razonable y adecuado es de 30 días o 60 días contados a partir de la fecha de embarque.

La forma más usual y conveniente de cerrar operaciones de exportación o importación es la carta de crédito misma que se recomienda para efectos del proyecto.

La carta de crédito es la forma de pago que ofrece más seguridad al exportador que recibirá la contraprestación por su mercancía ya que

el título es un compromiso irrevocable de pago por parte del banco extranjero así como para el banco local y confirma y realiza el pago.

Comprador tramita los documentos precisos para importar según

Vendedor tramita los documentos precisos para exportar según

C
Documentos

(2)

Contrato de Compra venta en el que las partes acuerdan el pago, los documentos A B y C que se exigirán en garantía mutua

(2)
Documentos
A

Comprador
(Importador)
Ordenante de la apertura del cto. documentario

(3)

Transportista

Documentos
B

(1)

Vendedor
(Exportador)
Beneficiario del Crédito Hipotecario

(5)

(4)

(6)

Banco Emisor
(En el país del comprador) recibe petición del comprador de abrir un cto. documentario en favor del vendedor, según las condiciones de (1)

(4)

Banco Avisador
(En el país del vendedor) recibe orden de abrir crédito a favor del exportador, según las condiciones de (1) y de pagarle cuando el exportador le entregue los documentos A y B

Esquema del Funcionamiento del Crédito Documentario

con pago contra entrega de documentos

(Carta de Crédito Irrevocable)

A continuación presentamos una carta enviada a la empresa Automercados TIA CA que fue la elegida ya que ellos mostraron el interés y los recursos necesarios para a nuestro juicio comercializar los exprimidores que pretendemos exportar a Venezuela.

NOMBRE: Automercados TIA CA

DIRECCION: Av. Bogotá, Edificio Aurora. Tel. 66 67 74

Atn. Sr. José Santacruz

Muy señores nuestros:

En la actualidad tenemos en proyecto la puesta en marcha de una campaña de exportación a su país, conocedores de las posibilidades que ese mercado ofrece para nuestro producto.

Habiendo tomado conocimiento de que ustedes disponen de los medios necesarios para realizar una adecuada comercialización de nuestro producto, nos permitimos preguntarles si se hallarán dispuestos a ser nuestros distribuidores en ese mercado, y en que condiciones y bajo que modalidades podrían ustedes cumplir con el cometido.

Con esta finalidad mucho les agradeceremos puedan informarnos detenidamente sobre:

1. Los contratos de distribución que les liguen actualmente, con mención de las compañías que están ya representando.

2. Los nombres de los dirigentes de su empresa, su fecha de creación, su capital y la lista de referencias comerciales y bancarias.
3. El territorio que ustedes cubren con su red de ventas. Los vendedores de que disponen, sus sucursales en el territorio y si eventualmente llevarán a cabo servicios de postventa.
4. Los tipos de productos que ahora comercializan y la experiencia que tengan en el tipo de productos que les proponemos.

Les adjuntamos un catálogo con la información del producto que les ofrecemos, cuya comercialización les confiaríamos de llegar a un acuerdo.

En caso de recibir respuesta indicando su interés por nuestro producto, estableceremos un posterior contacto con ustedes con objeto de hacerles conocer nuestros precios exactos y las condiciones en que estamos dispuestos a confiarles la distribución de nuestros intereses en ese mercado.

En espera de sus prontas noticias nos despedimos de ustedes como
sus s. s. s.

Gerente General

Oswell, S. A.

3. POSIBILIDAD DE PERMANENCIA EN EL MERCADO

Debido a todo lo analizado respecto a la oportunidad de vender el producto en Venezuela, creemos que por su calidad y no muy elevado precio en comparación con el de la competencia local, los exprimidores que Oswell, S. A. pretende exportar a Venezuela, pueden tener buena aceptación en ese país.

Un punto que nos ayuda a afirmar esto, es el prestigio y reconocimiento comercial del que goza la firma Automercados TIA CA, nuestros futuros distribuidores que con su amplia red comercial y sus sucursales no sólo en Caracas, sino también en las principales ciudades de Venezuela.

No hay por qué pensar que el gusto y el grado de aceptación del mercado sea menos exigente que el del mercado venezolano, y como nuestros exprimidores se venden muy bien en México, lo más esperado es que Oswell, S. A. con sus exprimidores y a través de Automercados TIA CA, permanezca en Venezuela y comience bien con el comercio internacional, pues la calidad será igual y si es posible mejor. Además el grado de atención a las exigencias y gusto de ese mercado será siempre esmerado, al igual que pasa en México con el fin de lograr un buen lugar, aspirando a ser líder con el tiempo.

CONCLUSIONES

Al observar cuidadosamente el material de este proyecto, se pueden obtener los siguientes resultados:

- a) La empresa *Oswell, S. A.* tiene la capacidad instalada suficiente para adentrarse en el campo de la exportación, así como la capacidad y conciencia de su personal para llevar a cabo este proyecto.
- b) En base a los resultados de la selección del mercado, tomando en consideración todos los factores que afectan la decisión, Venezuela es el país más adecuado para realizar tratos comerciales. Evaluando los distintos costos y aranceles que para cada país implican, son menores y existen mayores facilidades tanto en cuanto a permisos y a la obtención de dólares.
- c) La estrategia más adecuada para lograr introducir los exprimidores *Oswell, S. A.* es primero a través de un consorcio de exportación localizado en Guadalajara, Jal. que se encargará de todas las labores que implica el poner la mercancía a bordo del buque en La Guaira, Venezuela y después a través de un distribuidor (cliente) en Caracas, Venezuela, que se encargará de su venta.
- d) Para la organización interna de la empresa es más conveniente el tra-

bajar por ahora con el Consorcio de Exportación, dejando la posibilidad abierta de crear un departamento de ventas internacionales, cuando esta actividad lo haga necesario.

- e) En cuanto a la política de precios a seguir, será el de manejar el mismo margen de utilidad que en México, para no tratar de inflar el precio, para no reducir las posibilidades de éxito de la operación, pero con el objetivo de más adelante lograr incrementar este porcentaje.
- f) Se ve que existe buena disposición por parte de nuestro distribuidor, Automercados TIA CA, no sólo para iniciar la relación comercial, sino para que continúe incrementando las operaciones.

BIBLIOGRAFIA

- *La Exportación y los Mercados Internacionales.*
Francisco Granell Taur
Editorial Hispánico Europea
España
- *Manual de Comercio Exterior.*
Práctica de Exportación-Importación
Gerard Le Pan de Ligny
Ediciones Deusto
- *Los Mercados Internacionales.*
Edward E. Pratt
Editorial Hispánico Europea
- *Mercadotecnia Internacional.*
Roland L. Kramer
Cía. General Ediciones, S. A.
México
- *Cómo Exportar a Venezuela.*
Editado por Instituto Mexicano de Comercio Exterior
- *Cómo Exportar a Colombia.*
Editado por el Instituto Mexicano de Comercio Exterior
- *Cómo Exportar a Perú.*
Editado por el Instituto Mexicano de Comercio Exterior
- "Los Agríos" *Técnicas Agrícolas y Producciones Tropicales.*
J. C. Praloran
Ed. Blume
1a. Edición 1977
Barcelona

IMPRESO EN:

D'UNA publicidad

- ANUNCIOS EN PERIÓDICOS
- RENTA Y VENTA COPIADORAS
- IMPRENTA • OFFSET
- COPIAS • TESIS

AV. AVILA CAMACHO 1147-A S.H. TEL. 23-20-61 GUADALAJARA, JALISCO.
44100