

Unidad 1

- Incentivos a las exportaciones mexicanas

ESTÍMULOS A LA EXPORTACIÓN

Todo exportador puede gozar de los estímulos siguientes:

- Exención del impuesto al valor agregado.
- Créditos para estudios de mercado, ampliación de las instalaciones y aumentar la producción para la exportación.
- Créditos para la fabricación de productos que substituyan importaciones.
- Créditos para la venta de productos a consumidores de otros países.
- Importación temporal de materias primas o partes para la elaboración de productos de exportación.
- Importación temporal de equipo y herramental para producir artículos de exportación.
- Seguros de crédito a las exportaciones.
- Tipo de cambio.
- Crédito para gastos de distribución en mercancías de exportación.
- Uso total de divisas generadas.
- Programa de importación temporal para fabricar productos de exportación.
- Impuestos de importación de mercancías para exportación "DIMEX", empresas de comercio exterior.
- Autorización para la implantación del sistema de costeo directo.
- Draw Back.
- Estímulos fiscales a la pequeña y mediana industrias que se establezcan en la zona fronteriza norte y en zonas y perímetros libres y exporten sus productos.
- Estímulos dentro del régimen de maquiladoras.
- Asesoría técnica en exportación por el Banco Nacional de Comercio Exterior.
- Compex-Bancomext.
- Apoyos directos e indirectos a exportadores.

LA IMPLANTACION DEL SISTEMA DE COSTEO DIRECTO EN LA EMPRESA

Fundamento legal

Acuerdo No. 102-1682 expedido por la Subsecretaría de Ingresos, de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público.

Comentarios

Mediante Acuerdo No. 102-1682 la Secretaría de Hacienda y Crédito autorizó a las empresas exportadoras la adopción del sistema de costeo directo, para la determinación del costo de las mercancías o productos vendidos en los términos del Artículo 20, Fracción 11, de la Ley del Impuesto sobre la Renta. Este sistema permite determinar en la forma más precisa posible el costo del producto que se exporta, y de esta manera se puede llegar competitivamente al mercado internacional lo que a precio respecta.

Existen varias formas para determinar el costo de un producto. Una consiste en tomar en cuenta únicamente el costo directo de producción. Por este método el costo de una parte de la producción sólo incluye los costos variables (entendiendo por costos variables aquellos que cambian en relación directa a la cantidad producida); y la parte restante incluye en su costo total los costos variables y los costos fijos.

En virtud de la autorización de la Secretaría de Hacienda las empresas que adopten este sistema podrán trasladar a resultados los costos fijos de producción que tengan en el ejercicio, aun sin haber realizado los inventarios de productos terminados, siempre y cuando cumplan con los requisitos señalados en el presente acuerdo.

OPERACIONES TEMPORALES

Requisitos

1. Que la participación de mexicanos en los términos de la ley para promover la inversión mexicana y regular la inversión extranjera en la estructura de su capital social represente como mínimo el 51 %
2. Que la participación de mexicanos en los órganos de administración esté en relación directa a su participación en el capital social, en los términos de la ley antes citada.
3. Que como mínimo los productos de exportación alcancen un grado de manufactura nacional del 60%. El grado de manufactura nacional se determinará estableciendo el costo de producción de las mercancías exportadas conforme al artículo 1 V del decreto publicado en el Diario Oficial de la Federación el 28 de agosto de 1975, que establece los requisitos para efectuar las operaciones temporales de importación y exportación.
4. Que exista tendencia a incrementar la exportación.
5. Que con motivo de las exportaciones realizadas haya aumentado su capacidad de producción o el aprovechamiento de la capacidad ya instalada.
6. Que la aplicación permita la reducción en el precio del o los productos de exportación para hacerlos competitivos en los mercados internacionales.

OPERACIONES TEMPORALES

Todas las empresas mexicanas que cuenten con instalaciones y maquinaria adecuadas que realicen operaciones al exterior, o bien, que abastezcan a las zonas y perímetros libres, gozarán de este incentivo fiscal.

Con base en el acuerdo girado por la Secretaría de Hacienda y Crédito Público de fecha 15 de marzo de 1971 y publicado en el Diario Oficial el 17 de marzo del mismo año. Las autorizaciones para dichas operaciones estarán sujetas al estudio y opinión de la Dirección General de Estudios Hacendarlos y Asuntos Internacionales, donde se tomará como base la estructura del capital de las empresas, el adecuado abastecimiento interno, su contribución a la balanza internacional de pagos y la utilización de insumos de producción nacional.

Estas operaciones de exportación se encuentran libres de los impuestos de importación y exportación de los siguientes artículos con sus respectivos requisitos:

1. Se autorizará la exportación temporal de materias primas y productos semimanufacturados para acabarlos o acondicionarlos en el extranjero, mediante el procedimiento de carácter industrial, que no sea posible realizar en el país, cubriéndose a su retorno los impuestos de importación correspondientes, sobre el valor agregado en el exterior.
2. Productos terminados.
3. Envases conteniendo productos nacionales para retornar al país conteniendo productos extranjeros gravados. 4. Moldes, dados y matrices.
4. Maquinaria, aparatos y equipo para su reparación o reacondicionamiento, siempre que dichos procesos no puedan realizarse en el país, cubriéndose a su retorno los impuestos de importación correspondientes sobre el valor agregado en el exterior.
5. Los productos defectuosos que regresan al extranjero, en un plazo no mayor de 120 días a la importación de la mercancía para sustituirlos por otros iguales.

Al realizarse esta clase de operaciones se deberá garantizar mediante fianza, el monto de los impuestos correspondientes, incluyendo los adicionales, más el 10% de todas ellas por posibles multas.

Estos requisitos a estas operaciones podrán modificarse, según las condiciones económicas y de la economía en general del país, si así lo requiere.

MAQUILA FRONTERIZA

En México, la industria maquiladora surgió a mediados de la década de los sesenta. Desde 1965 comenzó a formar parte del programa fronterizo del norte; instaurado cuatro años antes y con el cual las autoridades buscaban desarrollar esta región para resolver el grave desempleo que caracterizaba en aquella época esa franja

fronteriza. Además de su objetivo primordial de generar empleos, en el programa se planteaba que las maquiladoras podrían mejorar la capacitación y el adiestramiento industrial de la mano de obra nacional y que fortalecerían, en cierta medida, el mercado interno mediante una generación indirecta de fuentes de trabajo.

Bajo dicho programa, el Gobierno Federal permite que empresas extranjeras establezcan plantas dentro de un límite de 20 km de la frontera estadounidense, desde el Golfo de México al Océano Pacífico, abarcando aproximadamente 3,400 km.

Todos los materiales enviados a esta zona para el ensamble o procesamiento se importan bajo fianza. El Gobierno Federal Mexicano no ha dictado ninguna disposición especial de ayuda financiera o para la ubicación de la planta, sin embargo, las autoridades estatales y locales pueden ofrecer varios incentivos, tales como: terrenos para la localización de las plantas y entrenamiento técnico del personal. Las ganancias son gravadas con las mismas tasas que se imponen a las demás industrias mexicanas y deben pagarse todos los impuestos federales, estatales y municipales, sin embargo, éstos son relativamente bajos.

En la zona fronteriza se permite que la planta sea propiedad extranjera en un 100%. La Constitución mexicana prohíbe que personas de nacionalidad extranjera sean propietarias de terrenos a menos de 100 km de la frontera. Por tal razón, las plantas son generalmente alquiladas por un período de 10 años, término que es revocable. Si la planta es propiedad extranjera, debe encontrarse en terreno alquilado, el Gobierno Federal ofrece garantías contra expropiación o nacionalización.

La empresa debe emplear mano de obra mexicana y pagar salarios no menores que los que establece la Comisión Nacional de los Salarios Mínimos de México, que también fija salarios para 111 diferentes zonas económicas del país. Los salarios en las zonas fronterizas se han fijado siempre a niveles más altos que en el interior y junto con la creación de nuevas oportunidades de trabajo mediante el Programa Fronterizo, ha atraído mano de obra de otras partes de nuestro país.

En 1971 se permitió su establecimiento también en los litorales y se declaró, como objetivo adicional, que se estimularía el uso de insumos nacionales en sus procesos productivos. En 1972 la autorización anterior se extendió a todo el territorio nacional, con la excepción de las zonas de muy alta concentración industrial, a fin de fomentar una mayor integración de la industria maquiladora al resto de la industria nacional en lo relativo a insumos y difusión tecnológica. Cinco años más tarde, por medio de la resolución general número 2 de la ley para promover la inversión mexicana y regular la inversión extranjera, se permitió la instalación de empresas maquiladoras de exportación con 100 por ciento de capital extranjero, salvo en los casos de compañías dedicadas a la elaboración de productos textiles y prendas de confección.

En agosto de 1983, se publicó en el Diario Oficial de la Federación el decreto para el fomento y operación de la industria maquiladora de exportación.

Se ha buscado promover a los sectores industriales que tienen mayores repercusiones sobre el empleo: la producción de bienes de capital en general, la fabricación de maquinaria y equipo para la industria automovilística, y la elaboración de materiales y accesorios eléctricos y electrónicos.

Como una medida de promoción para la instalación de industrias maquiladoras en el territorio nacional, se ha abierto la opción de vender con autorización gubernamental hasta 20 por ciento de la producción de dicha industria en el mercado interno.

Como se sabe, hasta la fecha estas industrias son plantas con un nivel de inversión muy reducido, en las que se ensamblan o procesan materias primas y bienes intermedios, procedentes generalmente de los Estados Unidos, una vez terminados se reintegran a ese país bajo un tratamiento arancelario especial, que grava únicamente el valor agregado por las operaciones de ensamble o el procesamiento realizado en México.

El estímulo fiscal, consiste en que las industrias de maquila pueden efectuar importaciones temporales sin el pago de impuestos de importación de maquinaria, equipo y materias primas, para el ensamble de artículos que posteriormente se exporten.

Se autorizará a toda empresa que ayude a resolver el problema del desempleo, fomenta la industrialización e incrementa la exportación de insumos nacionales en las zonas fronterizas del país o bien en otras ciudades, siempre y cuando sea conveniente para el país desde el punto de vista económico.

Consideraciones especiales de las industrias maquiladoras

1. Podrán importar temporalmente, previa autorización del programa de maquila por la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial y la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, artículos de procedencia extranjera para su ensamble, armado, acabado y, en general, realizar labores de maquila y posteriormente exportarlos en su totalidad una vez completada su elaboración.
2. Deberá inscribirse en un registro especial que llevará la Secretaría de Hacienda y la Secretaría de Comercio, deberán iniciar operaciones de maquila dentro de un plazo de 120 días a partir de la fecha de autorización de importación temporal. El plazo será prorrogable si el caso lo amerita.
3. Las empresas pueden establecerse en una faja de 20 km paralela a la línea divisoria internacional o a los litorales, exceptuando las zonas, perímetros y puertos libres.
4. Productos que pueden importarse temporalmente: a) Las materias primas, materiales auxiliares, partes y piezas para ensamblar, armar, acabar o, en general, para realizar labores de maquila. b) La maquinaria, aparatos y equipo para llevar a cabo dichas operaciones y los requeridos para el control de calidad de sus productos y para el mantenimiento industrial de la planta. c) Las refacciones para la maquinaria, aparatos y equipos mencionados. d) Las herramientas y equipo accesorio de producción y de seguridad; y e) Los envases, material de empaque, etiquetas, folletos técnicos, manuales de trabajo y planos industriales.

5. La Secretaría de Hacienda podrá autorizar deducciones hasta de un 5% del peso, unidades o valor de la materia prima importada temporalmente por concepto de mermas o desperdicios, cuando sea retornado al extranjero; esta deducción podrá ser ampliada cuando se justifique.

Los jefes de las aduanas quedan facultados para permitir con estricto apego a las disposiciones que señala este título, las operaciones temporales que el mismo trata, así como para designar una vista que conceda las relativas a automóviles y otros efectos pertenecientes a turistas. Sin embargo, la Secretaría de Hacienda, cuando así lo estime conveniente, podrá retirar esa facultad a los jefes de las aduanas por alguna o algunas de dichas operaciones, para ejercerla por conducto de la Dirección General de Aduanas. La citada Dirección además puede autorizar otras operaciones temporales de importación y exportación que no sean de las comprendidas en este título y al hacerlo, señalará los requisitos aduaneros que deberán satisfacerse para la entrada o salida de los efectos, según el caso, así como el plazo a que cada operación deba quedar sujeta. De ser posible, por haber similitud con alguna importación o exportación temporal de las expresamente determinadas, los aludidos requisitos y plazo serán los mismos a que se encuentra sujeta la operación a que se asimile la nueva que se autorice.

6. Las aduanas podrán autorizar retornos de maquinaria y equipo para su compostura o cambio
7. Las autorizaciones de importación temporal tendrán vigencia de 12 meses a partir de la fecha de su autorización. Los plazos de estancia en el país de las mercancías de importación temporal, contarán a partir de la fecha de su internación de acuerdo con lo siguiente: a) De 6 meses para las materias primas, materiales auxiliares, partes y componentes; prorrogables por otros 3 meses cuando sea solicitado. b) De 6 meses para la maquinaria y aparatos; prorrogables por otros 3 meses cuando sea requerido. Esta prórroga es aplicable también a sus refacciones.
8. Las empresas deben garantizar el monto de los impuestos correspondientes incluyendo los adicionales, más el 10% de todos ellos, por concepto de posibles multas.

Las industrias de maquila pueden ser habilitadas como recintos fiscales cuando se interne directamente la mercancía importada o se pueden establecer en un parque industrial y solicitar una sección aduanera en forma conjunta con las demás empresas establecidas en el mismo parque, previa autorización de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público.

Formas de operación

Existen varias formas de operar en la industria maquiladora:

1. Empresa subsidiaria de una empresa extranjera donde el capital de la misma en México es cien por ciento extranjero. Este programa generalmente se conoce como plantas gemelas (Twin plants) y opera de la siguiente forma: la planta matriz localizada en los EU establece una planta maquiladora en México para que ésta realice un proceso. Un producto a toda la producción de dicha

planta matriz. En esta alternativa la empresa tiene que obtener todos los permisos para operar por sí misma. Si desean adquirir un terreno para la construcción de su edificio, sólo lo podrán hacer mediante un fideicomiso.

2. Conversión. Inversionistas nacionales se pueden asociar con inversionistas extranjeros. Bajo esta forma de operación se le facilita a la empresa el poder internar sus productos al mercado nacional. También recibe un trato favorable por parte de los bancos y del Gobierno Federal en lo referente a estímulos financieros y fiscales, especialmente si el capital mayoritario es mexicano.
3. Subcontratación. Se opera de acuerdo a un arreglo realizado entre una empresa mexicana y una empresa extranjera. La empresa mexicana ofrece su capacidad ociosa o toda su producción para realizar trabajos a la empresa extranjera. La empresa mexicana proporciona todo lo necesario para la operación, con excepción de algunos casos, en los que la empresa extranjera proporcionará la materia prima, la maquinaria y el control de calidad. Se puede cobrar por unidad o por hora hombre trabajada.
4. Programa Shelter. Programa por medio del cual la empresa extranjera contrata a una empresa mexicana para que ésta le ayude a establecerse en México. La empresa extranjera proporciona su tecnología, maquinaria y herramientas, así como la materia prima y el pago de una cantidad preestablecida por hora hombre trabajada. La empresa mexicana proporciona el espacio para manufactura; los empleados; el pago de los servicios de agua, luz y teléfono; todos los aspectos legales; la transportación de los materiales; los servicios contables, aduanales y financieros, las relaciones industriales y públicas, así como de todas las actividades necesarias para operar en México. La empresa mexicana no se involucra en la operación técnica de la planta.

En México, el concepto de maquila de exportación también conocida como "producción compartida", "plantas gemelas" o "industrias in-bond", surgió como resultado de la creciente competencia comercial en el mundo, basada en la dotación relativa de mano de obra y recursos naturales a bajo costo.

La instalación de empresas maquiladoras en diferentes países da beneficios tanto a los países de origen como a los de destino, los beneficios que puede obtener México por la instalación de plantas maquiladoras son: mayores niveles de ocupación; mayor número de parques industriales con servicios integrales; avance en la modernización de procesos productivos con positivas transferencias de tecnología, y efectos multiplicadores en la economía de las franjas fronterizas y ciudades donde se instalen.

Las empresas que se dediquen a la operación de maquila, no requieren revestir una forma especial en relación con su carácter mercantil. Esto quiere decir que pueden adoptar cualquiera de las formas de sociedades mercantiles que reglamenta la Ley General de Sociedades Mercantiles, y así organizarse como sociedad anónima de capital variable, de responsabilidad limitada o cualquier otra. Pueden incluso las empresas maquiladoras constituirse como unidades industriales sin revestir la forma de sociedades mercantiles, sino únicamente obtener las autorizaciones que exige el

establecimiento y apertura de toda empresa para su operación a nombre de una persona física determinada que será el propietario de la unidad industrial.

Si se constituye una empresa maquiladora bajo el régimen de sociedad mercantil, de acuerdo a las resoluciones de la Comisión Nacional de Inversiones Extranjeras (Resolución General No. 1), no es exigible que una determinada proporción del capital social se encuentre en poder de accionistas de nacionalidad mexicana; siendo posible que más del 50% y aun la totalidad del capital social se encuentre aportado por extranjeros y representado por acciones en poder de éstos.

Esto lleva a concluir que igualmente será posible que un extranjero establezca a su nombre como propietario la unidad industrial dedicada a la operación de maquila, con tal que en este caso, así como en el de los inversionistas que participen en la estructura de capital en una sociedad mercantil, cumplan con los requisitos y obtengan las autorizaciones exigidas por parte de la Secretaría de Gobernación.

A este particular, conviene informar que la Secretaría de Gobernación concede amplias facilidades con respecto a la internación de extranjeros para dedicarse a las operaciones de maquila, tanto si se trata de técnicos como de personal administrativo de las propias empresas.

PUERTOS LIBRES MEXICANOS

Los industriales mexicanos pueden establecerse en los puertos libres y de esta manera gozar de los incentivos fiscales que otorga el Gobierno Federal y con esto elevar el nivel de vida de estas regiones, e impulsar principalmente el comercio exterior.

La ley de puertos libres mexicanos, considera que: un puerto libre es como un territorio extraaduanal, donde se permite la entrada y salida de toda clase de mercancías o materias primas, sin que se causen los impuestos de exportación e importación, salvo los que determine esta Ley y su reglamento, donde se podrán efectuar toda clase de operaciones de carga y descarga de productos y mercancías que lleguen o salgan, así como su almacenamiento, desembarque, transformación o cualquier tratamiento de purificación, refinamiento o mezcla sin intervención aduanal. De acuerdo con la Ley de Puertos Libres Mexicanos, publicado en el Diario Oficial el 11 de octubre de 1946, existen puertos libres en Salina Cruz y Matías Romero, Oaxaca., Puerto México, Ver., y Topolobampo, Sin.

El tratamiento fiscal que siguen las mercancías en los puertos libres y los incentivos fiscales, en general consisten en

Las mercancías o productos extranjeros que se introduzcan en un puerto libre se sujetarán a lo siguiente:

- a) Podrá entrar del puerto libre o salir al extranjero toda mercancía o producto sin el pago de impuestos aduanales y sin intervención de la aduana.
- b) Las mercancías o productos extranjeros sólo podrán salir de los puertos libres a cualquier parte del país, si se pagan los impuestos de importación.
- c) Las mercancías o productos extranjeros que se introduzcan como materia prima para su industrialización en los puertos libres, podrán salir a cualquier

parte del País, si pagan los impuestos de importación sobre la materia prima neta extranjera utilizada en el producto.

- d) Si se trata de productos extranjeros que se introduzcan como materia prima para su industrialización, el producto elaborado exclusivamente con esa materia prima podrá salir al extranjero sin el pago de impuestos de exportación y sin intervención aduanal.

El porcentaje de materia prima extranjera neta empleada en el producto lo determinará la Dirección General de Aduanas y el interesado.

La introducción de mercancías nacionales o nacionalizadas a un puerto libre, se sujetará a lo siguiente:

- a) Causarán impuestos los productos nacionales o nacionalizados que se introduzcan a los puertos libres.
- b) Las mercancías nacionales o nacionalizadas que se introduzcan a un puerto libre como materias primas para su industrialización, estarán libres de impuestos aduanales al introducirse a cualquier parte del interior del país, y se devolverán los impuestos de exportación que se causen o se cancelará la fianza en su caso.
- c) Si el producto elaborado contiene además de la materia prima nacional o nacionalizada, materia prima extranjera, sólo podrá entrar al interior del país si se pagan los impuestos de importación por esta última.
- d) Las mercancías o materias primas procedentes de un puerto fiscal que no causen impuestos de exportación, tendrán entrada libre y no quedará sujeta a intervención aduanal.
- e) Si se trata de mercancías o materia prima procedente de un puerto fiscal que sí causa impuestos de exportación, estará sujeto al punto anterior.

Las mercancías o materias primas pueden almacenarse en las bodegas de los puertos libres, sin el pago previo de los impuestos de exportación, quedando a disposición de la aduana del lugar, mientras se cumple con los requisitos de exportación y se pagan los impuestos respectivos.

Otros incentivos fiscales que tendrán los industriales que se establezcan y operen en los puertos libres son:

- a) Podrán entrar libremente a los puertos libres los lubricantes, combustibles y demás artículos que se consuman por los comerciantes e industriales de ese lugar.
- b) Los ocupantes de terrenos o locales podrán introducir toda clase de materiales destinados a construir o reparar sus establecimientos comerciales, industriales o bodegas.
- c) Podrán introducir del interior del país toda clase de maquinaria para ser empleada en las industrias establecidas, o que se vayan a establecer.

En los puertos libres funcionarán almacenes de depósito, emitiéndose certificados de depósito que pueden negociarse en cualquier momento.

Aspectos legales

- a) A la Secretaría de Hacienda y Crédito Público corresponde organizar, administrar y dirigir los puertos libres, celebrar contratos para la ejecución de obras; tendrá a su cargo la contratación de las obras para la construcción de caminos; los contratos que se celebren se harán por conducto de la junta Directiva de los Puertos Libres Mexicanos.
- b) La Secretaría de Hacienda, delega todas sus facultades de organización, administración y dirección en un organismo público descentralizado que se llama junta Directiva de los Puertos Libres Mexicanos.
- c) Los almacenes de depósito de los puertos libres, no podrán expedir certificados de depósito, cuyo valor declarado o valor de mercado de las mercancías que amparen, sea superior a 30 veces la suma asignada por la Secretaría de Hacienda para que operen los almacenes de referencia.
- d) Queda prohibido adquirir en propiedad dentro de los puertos libres, terrenos u otra clase de bienes inmuebles, los cuales serán en todo tiempo propiedad del gobierno federal.
- e) Las construcciones que se hagan en un puerto libre quedan a beneficio de la junta Directiva de los puertos libres mexicanos, al finalizar el contrato o bien, cuando el contrato determine que las obras son propiedad del industrial o comerciante, la junta Directiva pagará el importe de dichas obras al finalizar el plazo de dicho contrato.
- f) Queda prohibida la introducción o la fabricación de armas y municiones de guerra en los Puertos Libres, salvo autorización de la Secretaría de la Defensa.

LAS COMERCIALIZADORAS Y EL DESARROLLO DEL COMERCIO EXTERIOR

Se debe reconocer a las empresas de comercio exterior, como las organizaciones naturales de desarrollo de las exportaciones, así como estimular su creación y crecimiento, lo cual sólo podrá darse en la medida que este tipo de organizaciones reciban, el mismo apoyo y estímulos que le son otorgados a nuestros competidores en el extranjero, sólo así podrán ser competitivas.

La importancia que tiene este tipo de empresas para el desarrollo de las exportaciones en los países más exitosos, es indudable, baste citar algunos ejemplos.

- Japón

El llamado milagro económico japonés, puede ser atribuido en gran medida a la creación y desarrollo de las sogo shosha (empresas comercializadoras).

Las sogo shosha, son más que un intermediario comercial que manejan una amplia gama de productos. Actualmente es una fuerza predominante en la integración

de las funciones de marketing, producción y finanzas de los principales grupos japoneses que compiten con las empresas multinacionales de Estados Unidos de América y Europa.

Las principales sogo shosha japonesas son las siguientes:

1. Mitsubishi Corporation
2. Mitsui Busan
3. Sumitomo Corporation
4. Marubeni Corporation
5. C. Itoh
6. Nissho
7. Tomen
8. Kanematsu Goshu

Estas empresas en combinación con los Bancos y el Gobierno japonés, realizan las siguientes funciones básicas:

1. Comercio
2. Marketing
3. Inventarios
4. Transporte y distribución
5. Inteligencia
6. Financiamiento
7. Toma riesgos

Actualmente, las comercializadoras japonesas desarrollan otras dos funciones más: organización y conglomerado, la función de organización involucra la formación de un equipo productor con empresas extranjeras, por medio de las coinversiones, la función de conglomerado se refiere al control de varios tipos de negocios que operan en múltiples segmentos del mercado internacional (transporte, seguros, finanzas, etcétera).

El éxito de las sogo shosha japonesas es indudable, actualmente las diez mayores comercializadoras japonesas, manejan más del 50 por ciento de su comercio exterior, mientras que las 4 mayores representan el 40 por ciento de este volumen.

Es importante comentar finalmente, que estas empresas promueven políticas de precios de bajos márgenes, generalmente 3 por ciento sobre ventas, lo cual se ve favorablemente recompensado con los grandes volúmenes de sus operaciones.

- Corea del Sur

En Corea del Sur, la implantación del sistema de comercializadoras se puede considerar como oficialmente establecido en 1975, cuando el gobierno de ese país

diseñó un nuevo sistema para la creación y desarrollo de este tipo de empresas. Hasta ese momento, había más de 2,000 empresas establecidas. Sin embargo, los resultados obtenidos no eran satisfactorios, con el establecimiento de la reglamentación el número se redujo dramáticamente hasta quedar solamente 10 en 1982, a saber:

1. Samsung
2. Sanguine
3. Daewoo
4. Kukje
5. Hyo Sung
6. Bando
7. Sunkyung
8. Kumho
9. Hyundai
10. Koryo.

El sistema se creó con el objeto de incrementar y diversificar el volumen de las exportaciones, ya que las exportaciones de este país en la década de los 70 eran y en el caso de algunos productos todavía son por medio de subcontratos, lo cual significa que los compradores van a Corea buscando empresas manufactureras, interesadas en subcontratar la fabricación de partes para sus productos, buscando los compradores constantemente fuentes alternativas de suministro más barata, lo cual daba a la actividad exportadora poca estabilidad y gran dependencia.

Debido a lo anterior, el gobierno coreano busca hacer de las empresas comercializadoras, organizaciones con capacidad para realizar actividades de marketing, para lo cual, se establece una serie de requisitos que deben ser cumplidos, a saber:

1. Tener un mínimo de 10 sucursales en el exterior.
2. Tener un mínimo de 10 países con exportaciones superiores a un millón de dólares.
3. Tener un mínimo de 7 productos cada uno con exportaciones mínimas de quinientos mil dólares.
4. Tener una exportación total mínima de 50 millones de dólares. 5. Figurar en la Bolsa.

El éxito alcanzado por estas empresas es sorprendente y en poco tiempo se convierten en responsables del 40 por ciento de las exportaciones totales del país. Sin embargo, hay algunas empresas manufactureras que se quejan argumentando que estas empresas están orientadas al volumen y tienden a castigar seriamente los

precios. Asimismo, las medianas y pequeñas empresas que son subcontratistas de las comercializadoras se quejan de la falta de financiamiento por parte de las comercializadoras, mientras éstas se quejan de la dificultad de mantener un grupo estable de proveedores.

No obstante, la aparente similitud entre el modelo de desarrollo de las comercializadoras coreanas y japonesas, existen importantes diferencias de fondo y forma.

El modelo japonés tenía como principal objetivo, tener acceso permanente y confiable al suministro de materias primas, por su parte, en Corea se busca el desarrollo de las exportaciones.

En el caso japonés, la relación entre la comercializadora y el cliente es amplia, es decir, abarca tanto a las importaciones como a las exportaciones y al mercado interno, por su parte, en Corea se atiende preferentemente el sector de exportación.

Las exportaciones representan en promedio el 88 por ciento de las ventas de las comercializadoras coreanas, mientras que para los japoneses representan tan sólo el 30 por ciento.

- Brasil

El esquema de las empresas comercializadoras en Brasil está basado de alguna manera en el caso japonés, ya que si bien, tienen prioridad, las exportaciones también operan intensamente en el comercio interno y en el de importaciones.

Brasil fue uno de los primeros países en América latina en introducir el concepto de la comercialización en su legislación, así, a partir del año de 1972 se establece a la comercializadora como una organización con poder de negociación y con posibilidad de establecer un sistema de logística a nivel internacional, para lo cual, se establece un capital mínimo de un millón de dólares. En 1980 se establecen nuevos requisitos como el volumen mínimo de operación anual, equivalente a diez millones de dólares para productos manufacturados.

En 1982 más del 30 por ciento de las exportaciones brasileñas se realizaban a través de las empresas de comercio exterior.

Asimismo y dado el éxito de estas empresas en Brasil, se creó el PRONAEX (Programa Nacional de Apoyo a la Pequeña y Mediana Industria), el cual tiene como objetivo crear miniempresas exportadoras, fijándose como requisitos, un capital mínimo equivalente al 100 por ciento del establecido por las comercializadoras y un monto de exportaciones equivalentes a dos millones de dólares.

- México

En México las empresas de comercio exterior se formaron en 1971, con el objeto de profesionalizar las exportaciones del país.

Más del 70 por ciento de las exportaciones son realizadas por las grandes empresas transnacionales, lo cual puede considerarse más que una exportación como

una venta intrafirma y el futuro de esta transacción comercial depende enteramente de las políticas seguidas por la casa matriz.

Por otro lado, se encuentran las exportaciones realizadas a través de compradores extranjeros que vienen a adquirir nuestros productos, lo cual, nos coloca en una situación similar a la coreana, ya que los compradores buscarán constantemente fuentes alternativas de abastecimiento, además, estas empresas desconocen en muchos casos el destino final de sus productos, así como su aceptación o rechazo en el mercado.

Finalmente, se encuentran las exportaciones realizadas a través de un proceso profesional de búsqueda de mercados, investigación, calidad en el producto, etcétera, desafortunadamente este tipo de exportaciones son las que menor peso relativo tienen dentro de la actual estructura exportadora mexicana.

En virtud de lo anterior, y con objeto de establecer un sistema mexicano capaz de competir eficientemente en el extranjero, es necesario dotar al exportador mexicano con las mismas armas con que cuentan nuestros competidores extranjeros, particularmente apoyos financieros, ya que el costo en que se incurre para el establecimiento de una empresa comercializadora es sumamente alto, tan sólo la preparación del personal necesario para trabajar en una trading lleva de 6 a 8 años, una sucursal en el exterior requiere en promedio un staff de 10 empleados, lo cual, generaría un gasto aproximado de 500 mil dólares, por lo cual, se deben generar negocios por un valor cercano a los 20 millones de dólares, tan sólo para cubrir los costos, considerándose además, que el tiempo de maduración de los negocios es a mediano plazo.

LA IMPORTANCIA DE LAS EMPRESAS COMERCIALIZADORAS EN JAPÓN

Datos generales sobre las Sogo Shosha (empresas comerciales japonesas).

Una compañía comercial es aquella que se dedica a negocios de importación o exportación, la mayor parte de cuyos ingresos provienen de actividades mercantiles de mayoreo y menudeo. Estas empresas comerciales son una institución reconocida en todo el mundo.

A las empresas comerciales se les considera dentro y fuera del Japón como gigantescas organizaciones de negocios, extendidas por todo el mundo, dominando también en el campo del comercio, la banca y la distribución en su propio país. Estas empresas representan en porcentaje un 0.6% del total y manejan el 61.5% de las importaciones del Japón y el 46.5% de sus exportaciones. Las empresas comerciales japonesas se clasifican en:

- a) Empresas de comercialización integrada.
- b) Empresas comerciales especializadas,
- c) Empresas al servicio del fabricante o detallista.

Las empresas de comercialización integrada son las más grandes y se dedican

a:

- Obtener a muy bajo costo transporte, almacenaje de importaciones y exportaciones.
- Mancomunar riesgos mediante el manejo de una gran variedad de productos y estructurar el funcionamiento que se necesita para el intercambio de éstos en los mercados internacionales.
- Conseguir financiamiento y tecnología administrativa para proyectos importantes, como combinación del proceso de distribución y venta al consumidor final.
- Desarrollar recursos en otros países, inclusive mineral de hierro y madera, puesto que Japón necesita cada vez más abastecimiento de materias primas foráneas.
- Investigar sobre instalaciones fabriles en otros países para asociarse con firmas extranjeras dentro del país.

Las compañías comerciales especializadas tienden a perfeccionarse en cierta línea de productos, principalmente se dedican al manejo de transacciones de importación y exportación y a la distribución de una cantidad limitada de productos.

Las empresas al servicio del fabricante o detallista se dedican a operaciones de mercadotecnia y a la importación y exportación para empresas particulares.

Las empresas comerciales pueden servir, de la siguiente manera, a las compañías extranjeras que se interesen en exportar al Japón.

- Ayudándolas a resolver problemas al introducir sus productos al Japón, generalmente a menor costo del que obtienen las firmas individualmente, debido a los ahorros que logran en las operaciones de transporte, almacenaje y mercadotecnia.
- Manejando la distribución de productos y todo el trámite administrativo en beneficio de las firmas que exportan al Japón.
- Organizando redes de distribución y ventas para productos nuevos.
- Prestando ayuda para financiar las importaciones al Japón.
- Concertando asociaciones entre firmas japonesas y extranjeras, en forma especial al tratarse de productos de importación y exportación.
- Los exportadores deben darse cuenta de que tratándose de productos que requieren un amplio trabajo de mercadotecnia y servicio de mantenimiento, es necesaria una organización de ventas y servicios dentro del Japón. En muchos casos, las empresas de comercialización pueden ser de utilidad ayudando a las empresas extranjeras a organizar sus redes de venta y servicio.

Estas empresas integradas manejan prácticamente casi todo, desde pastas para sopa al minuto, hasta fábricas textiles enteras, además de que dan una gran variedad

de servicios, entre ellos: despachos aduanales, distribución de productos, organización de sistemas de proceso, distribución y ventas. Otra característica es que cuentan con grupos de compañías especializadas afiliadas suyas, que se dedican a los productos que requieren de conocimientos especializados y canales especiales de distribución.

Las empresas comerciales se hacen más especializadas conforme disminuye su volumen de movimiento. Por ejemplo, mientras las empresas de comercialización integrada manejan de 7 000 a 10 000 productos diferentes, el 68% de las ventas de una compañía especializada común, que figura entre las 30 más importantes de este grupo, es de máquinas para oficina y el resto de productos relacionados como son las computadoras y los materiales para escritorio.

Las compañías de comercialización integrada manejan productos que pueden importarse y exportarse a granel como materias primas para las industrias de acero, alimentos y textiles, referente a exportaciones de productos, manufacturas de acero y maquinaria.

Las empresas comerciales especializadas no son muy activas en promoción de recursos extranjeros, organización de inversiones mancomunadas, inversiones en plantas manufactureras en el extranjero; aunque muchas veces tienen capacidad para el manejo y arreglo de la distribución de sus productos especiales en el mercado del país.

Las compañías japonesas han encontrado ciertas ventajas en encargar sus importaciones y exportaciones a empresas comerciales por lo siguiente:

- Al formarse por separado la división de ventas al exterior se reducen los riesgos de la compañía principal.
- La compañía principal puede controlar el funcionamiento propio, manipulando el precio de venta a su compañía comercial.
- Las operaciones con otros países requieren conocimiento de idiomas y otras aptitudes que las manejan mejor las compañías comerciales.

Desarrollo

Antes de 1853 el sistema japonés se basaba en el equilibrio que proporcionaban los feudos, ya que este sistema de gobierno prohibía todo contacto con otros países, no permitiendo ni siquiera la entrada de libros ni el aprendizaje de otros idiomas, esta situación hacía que el principal medio de vida se enfocara al campo, hubo cambios y con esto choques en la política oficial a consecuencia de la estructura campo-ciudad. Además se presentaron otras consecuencias, como la concentración de la propiedad en unos cuantos y el crecimiento de la producción de artesanías.

Con la llegada del comodoro norteamericano Perry, se inició la introducción de la tecnología occidental. Al ser derrocado el sistema que imperaba se unieron samurais (guerreros) y campesinos, los que pretendieron monopolizar el poder con la ayuda económica y social de los campesinos capitalistas, centralizando el sistema económico-político. Con esto, surgió un gobierno empresario y financiero. La industria operaba con pérdidas, cuya carga financiera recaía sobre el Estado, la que aumentó con la

modernización, lo que hizo que se gravara fuertemente al sector campesino. Esto obligó al gobierno a vender a la iniciativa privada las industrias que no se consideraban estratégicas, orientando su política industrial a la asistencia técnica y subsidios.

A partir de 1880 la industria japonesa avanzó a pasos agigantados al utilizar la experiencia del personal que sirvió a la industria estatal. El desarrollo económico de Japón es sorprendente, puesto que por un largo período estuvo aislado del mundo y su economía se fundaba en la agricultura.

La unidad nacional de los japoneses, aunado al pensamiento tradicional y su religión, siempre se han caracterizado por un sentido práctico, pues la religión nunca puso obstáculos a la política de modernización de Estado; por el contrario, la religión se prestó siempre al fortalecimiento nacionalista. Esto explica el desarrollo de un patriotismo y un orgullo manifiesto y una gran lealtad al Estado.

En el período comprendido entre 1603 a 1867, se llevó a cabo un proceso de urbanización avanzado que se acentuó de 1913 a 1939, lo que facilitó el desarrollo de un mercado interno de manufacturas y fomentó la división del trabajo, la economía monetaria y el capitalismo. La población ocupada en el periodo comprendido entre 1887 y 1892, en su mayoría era agrícola (76.5%). Con el advenimiento de la dinastía Meiji en 1968, Japón inicia el proceso de modernización constituyéndose el Estado en empresario financiero. Asimismo, se difundió el principio de igualdad social, siendo la familia japonesa un instrumento útil en el desarrollo de la educación, la moral, la lealtad y el patriotismo. Con la modernización se inició la inmigración de campesinos a los centros urbanos que resultó positiva.

Como el Japón era pobre en recursos naturales y atrasado militar y económicamente, se adoptaron sistemas de producción militar e industrial occidentales que lo llevó a colocarse en las filas de los países poderosos.

La agricultura proporcionaba a los centros urbanos mano de obra barata y alimentos, así como el ahorro y los impuestos, lo que hizo posible fijar y estabilizar el salario real. El Japón no importaba alimentos, ya que eran producidos por sus campesinos, resultando de esto un ahorro en las divisas aprovechadas para la adquisición de otros bienes de capital.

Debido al alto grado de explotación y a los salarios bajos, así como el bajo consumo de la clase capitalista, hizo que se acelerara la tasa de acumulación de capital, aumentando la productividad. El manejo de las industrias del Japón por el Estado hizo que se desarrollaran eficientemente y, cuando se creyó que estaban en condiciones de superación, fueron entregadas a grandes consorcios privados.

El adelanto en la tecnología japonesa se adquirió contratando técnicos extranjeros, así como enviando a sus propios nacionales a estudiar y observar los adelantos adquiridos en países de tecnología avanzada.

El mayor auge industrial japonés se realizó de 1926 a 1938, en que su producto nacional bruto ascendió en 72°1° propiciado por el aumento en la producción de acero, carbón y generación de energía eléctrica. Esto hizo que los precios de mayoreo bajaran sensiblemente y los salarios se elevaran en sólo un 15%, con lo que se logró la

concentración del ingreso incrementando la inversión productiva, pues la clase capitalista prefirió la inversión y los obreros ahorraron según sus posibilidades.

A la terminación de la Segunda Guerra Mundial se redujo en el Japón el producto nacional bruto en un 50% del que había logrado hasta 1938, pero el esfuerzo del gobierno y el pueblo hicieron que su economía recuperara su nivel, siendo hasta un 9.9°l° anual la tasa de crecimiento.

Funcionamiento y organización de las empresas comerciales japonesas

Las empresas comerciales japonesas tienen fundamentalmente como áreas de funcionamiento:

- a) Mercadotecnia.
- b) Finanzas.
- c) Organización.
- d) Desarrollo de recursos.
- e) Inversión.

Función de mercadotecnia.

La mayor y más importante función básica de las empresas comerciales es la de mercadotecnia; las empresas más importantes tienen oficinas en el extranjero, con lo que facilitan la exportación de mercancías de Japón y obtienen información continua sobre la demanda y posibilidad futura de mercados de exportación.

Las oficinas de las empresas comerciales son agentes de desarrollo de mercados para clientes japoneses; están en contacto con los principales usuarios de materias primas y llevan como política la de suministrar recursos a otros países.

Existen tres empresas comerciales medianas que están especializadas en importar productos alimenticios en materias primas. Una de ellas se encarga sólo de materias primas y productos del mar, otra importa productos procesados y la última exporta productos enlatados. Las diez firmas comerciales más importantes del Japón y sus porcentajes aproximados en ventas, en relación al comercio exportador del Japón

Importaciones en escala de porcentaje

Mitsubishi Corp	14.9%
Mitsui & Co., Ltd	13.2%
Marubeni Corporation	9.4%
C. Itoh & Co., Ltd	9.0%

Sumitomo Shoji Kaisha, Ltd	6.3°10%
Nissho Iwai Co., Ltd	6.2%
Toyo Menka Kaisha, Ltd	4.6%
Kanematu Gosho, Ltd	3.10/
Ataka & Co., Ltd	3.0%
N ichimen Co., Ltd	2.9%

Las más pequeñas tienden a especializarse y manejan sólo una línea de productos para un número limitado de usuarios nacionales o extranjeros. Por ejemplo, una compañía comercial de este grupo se especializa en manejo de papel hecho a mano y artículos para oficina; otra empresa se podrá especializar en las máquinas herramientas y herramientas de mano; una tercera preferiría dedicarse a la importación de diamantes (cortados y pulidos). Todos los productos que mencionamos son especializados y su volumen, por lo tanto, es limitado y requiere conocimientos especiales del mismo, así como relaciones con distribuidores y detallistas.

El exportador debe acudir a los servicios de estas compañías comerciales, ya que cuentan con excelentes relaciones entre los usuarios y se obtienen grandes ventajas de todas ellas en cuanto a costos menores y más seguridad en las exportaciones.

Algunos de los productos que manejan las empresas comerciales japonesas son: madera, hierro y acero.

En Japón ha aumentado la necesidad de fuentes de abastecimiento de madera para fabricar pulpa, madera de construcción y triplay, ya que desde principios de la década anterior, se dejó de satisfacer la demanda y el país necesitó importar el faltante; las empresas comerciales japonesas previeron dicha situación y considerando la necesidad de importar maderas de los mares del sur en grandes cantidades, adoptaron su posición como accionistas de los aserraderos nacionales del triplay, a los que suministraron fondos y así se obtuvo cierto control sobre la producción; los métodos empleados fueron el de invertir en empresas cortadoras de madera, firmar contratos a largo plazo con los mayores productores locales y de las Islas Filipinas, Indonesia y otros países, así cubrieron las funciones de inversionistas organizadores y promotores de la producción nacional de triplay y de recursos maderables extranjeros. Además de estos servicios de organización y mercadotecnia, prestan otros más comunes como son el proporcionar almacenaje para la madera antes de embarcarla, arreglo de los embarques al Japón, almacenamiento al descargar y transporte a los aserraderos.

Las empresas de comercialización conducen las operaciones hasta el usuario final. Vemos con claridad el funcionamiento de mercadotecnia de la madera y en forma similar lo hacen con el hierro y el acero.

Las empresas comerciales japonesas hacen posible el intercambio con aquellos países cuya balanza de pagos tiene déficit, pudiendo pagar las mercancías japonesas con sus productos.

Es necesario hacer notar que el funcionamiento de la mercadotecnia se limita al control de la distribución y su margen sobre las importaciones que raras veces es mayor de un 5%; también tienen su excepción y ésta es una ventaja, o sea, el acercamiento de las empresas comerciales con los mayoristas y detallistas.

Funciones financieras.

Una función de las empresas japonesas es reunir fondos. Desde el punto de vista bancario, los préstamos a estas empresas no tienen ningún riesgo puesto que ellas manejan varios productos, desde los de demanda permanente, como son los alimenticios, hasta los industriales, perciben utilidades que podríamos llamarles estables, en especial las diez más importantes anotadas anteriormente. Por ejemplo, si un banco tiene oportunidad de escoger entre otorgar un préstamo a un molino de trigo o a una empresa comercial que lo quiera para financiar al molino de trigo y absorber las importaciones, es más probable que prefiera prestarle a la empresa comercial dado que ésta podrá afrontar una pérdida en sus importaciones de trigo. Esto sería una pequeña parte del movimiento de las grandes empresas comerciales y las posibilidades de no cumplir sus pagos son mucho menores. Así protegen estas empresas la economía en general.

Los principales usos que estas empresas japonesas dan a los recursos financieros son:

- El financiamiento de importaciones y exportaciones, dando materias primas a crédito a compañías nacionales y pagando muchas veces a los exportadores antes de recibir el pago de los compradores de otras naciones
- Adquiriendo participación y otorgando préstamos a productores, distribuidores y detallistas locales.
- Financiado asociaciones entre capital extranjero y firmas japonesas.
- En la promoción de materias primas en otros países, ya sea invirtiendo directamente ellas mismas, o asociándose con capital de dichos países; o haciendo alguna combinación con otros intereses japoneses y del país productor.

Suministro de créditos

Las empresas comerciales japonesas tienen una gran ventaja, ya que dan materias primas a crédito a los productores. Este crédito estimula la gran cantidad de mercancías hacia el usuario final y en ocasiones la empresa comercial ayuda a las firmas a encontrar mercado para sus productos. Esta idea de crédito se debió a que los productos alimenticios y los textiles, aun no siendo los más lucrativos, sí tienen una constante demanda y, por lo tanto, acarrear grandes ingresos.

Las empresas comerciales no pueden dejar el problema de la mercadotecnia en manos de pequeñas empresas, pues si el producto no llegara a venderse dañarían sus

intereses. Por este motivo dan servicios de organización, mercadotecnia y financiamiento a las firmas pequeñas asegurando así la venta de los artículos que importen.

Otra manera en que las empresas comerciales del tapón justifican su existencia y promueven el desarrollo, es suministrando equipo en financiamiento de alquiler a los usuarios. Por ejemplo, permiten a la empresa arrendataria considerar el alquiler como un gasto, reduciendo así la necesidad de solicitar préstamos para financiar los gastos de capital. Esto promueve la venta de los productos que manejan las empresas comerciales. Además, el suministro de equipo a los vendedores (supermercados y tiendas de departamentos) entre otros, cajas de exhibición para alimentos congelados; o supermercados completos, incluyendo terreno, edificios y todo el equipo, con lo que promueve el desarrollo de estos establecimientos. De esta manera, la empresa comercial aumenta su control sobre los detallistas y adquiere mayor habilidad para dirigir la salida de productos a través de sus propios canales de distribución.

También, el sistema le permite mejorar sus relaciones con las firmas que necesitan tomar en arrendamiento y que hacen inversiones en Japón y otras naciones, teniendo así la oportunidad de manejar sus productos.

Funciones organizadoras.

Las empresas comerciales japonesas desempeñan importantes funciones organizadoras, tanto en el Japón como en la obtención de materias primas en otras naciones. Si organizan a los productores en unidades más compactas, seleccionan una cantidad limitada de grandes mayoristas que manejen el producto y acortan los canales de distribución, especialmente los que conducen a los grandes detallistas pueden, potencialmente, dar más barato el producto al consumidor. Esto mejora la posibilidad de incrementar las ventas del artículo con respecto a productores no afiliados a ellas, que hacen su distribución a través de sistemas más largos y complejos. Los distribuidores aislados no pueden permanecer en el mercado si no obtienen un margen de utilidad a su nivel; a eso se debe el interés de las empresas comerciales japonesas, en acrecentar y racionalizar los canales de distribución.

Funciones de desarrollo de recursos.

Como ejemplo típico se tiene el de la mina de cobre Bethlehem en Columbia Británica, Canadá, a cargo de una de las principales empresas comerciales japonesas. Queriendo cerciorarse de que los recursos minerales pudieran explotarse convenientemente, hicieron un contrato a diez años sobre su producción, contrato que incluía un préstamo de cinco millones de dólares para financiar la inversión y el capital de trabajo, y desde ese entonces esta mina viene produciendo 72,000 toneladas de mineral refinado.

Funciones de inversionistas.

Esta función se puede decir que está íntimamente relacionada con la financiera, organizadora y productora de recursos.

Las empresas comerciales, como inversionistas en asociaciones, tanto en el Japón, como en otros países, aportan lo siguiente:

- Información sobre el mercado japonés.
- En muchos casos, control de una gran parte de la distribución.
- Financiamiento o ayuda para obtenerlo.

Lo que se desea obtener a cambio de lo anterior es:

- Participación de la empresa como socio.
- Margen de utilidad sobre las mercancías.
- Distribución a través de sus canales.
- Ayuda a la empresa extranjera para fortalecer a una de sus afiliadas con la que ésta se asociará.

Lo que generalmente deseará obtener la compañía japonesa, afiliada a la compañía comercial que va a entrar en la asociación es:

- Acceso a la tecnología del socio extranjero.
- Acceso a la distribución internacional que el socio extranjero pudiera tener en mayor grado que la empresa local o la compañía comercial.

Es lógico pensar que no todos los socios reunidos por la empresa comercial tienen las mismas ventajas, además se ofrece ayuda para establecer en Japón asociaciones con capital extranjero. Estas empresas tienen gran experiencia en formar asociaciones en otros países, y son excelentes socios por su experiencia tanto en el mercado japonés como en otros.

ANÁLISIS DE DOS DE LAS PRINCIPALES COMERCIALIZADORAS EN JAPÓN. MITSUI & Co.

Antecedentes

Partiendo del modesto negocio que data de más de trescientos años, la casa Mitsuiha prosperado rápidamente para transformarse en el líder del comercio japonés. Hoy la empresa Mitsui conserva un puesto distinguido y bien merecido en el comercio internacional y en la historia.

Esta casa inició sus labores adquiriendo mercancías a los únicos comerciantes autorizados al efecto, que eran los chinos y los holandeses. Las distribuían a través de la red Mitsui de casas mayoristas y minoristas. De comienzos tan modestos surgió la firma comercial más grande del mundo: Mitsui Bussan Kaiha, Mitsui and Co., Ltd. en ese entonces, el occidente estaba ansioso de comerciar con el Japón y fue cuando en 1868 las puertas del mercado japonés fueron abiertas al mercado mundial.

Durante y después de la Guerra Mundial, la economía japonesa tuvo otros pasos de progreso y la Mitsui continuó teniendo éxitos. El comercio, la minería, la hilandería, la industria alimenticia y la fabricación de papel formaban aún el sostén básico de sus negocios; reforzando sus actividades en la industria pesada y química, tales como la

construcción naval, la fabricación de maquinaria, material rodante, metales, cemento, petróleo, caucho, vidrio, tinturas, abonos y creando nuevos departamentos de transporte, seguros y almacenaje. Sin embargo, el creciente militarismo acabó por estrangular el comercio e industria de tiempo de paz en que la Mitsui cifraba sus esperanzas, viéndose obligada a iniciar actividades en nuevos campos de la industria bélica; el complejo Mitsui tuvo que recurrir al capital ajeno con lo que su autonomía fue amenazada. Posteriormente reorganizaron la compañía formándose la Mitsui Honsa, que era sin lugar a dudas la compañía más poderosa del mundo y una obra maestra de organización social. Hoy el nombre de Mitsui, aplicado a un grupo de sociedades afiliadas por su propia voluntad, sigue siendo la razón social más prominente que implican el desarrollo de las exportaciones como uno de sus campos de acción.

Funcionamiento y organización

La amplísima gama de negocios que abarca la Mitsui en el comercio mundial es objeto de alta evaluación en los círculos industrial, comercial y financiero; el clásico intercambio de productos que se viene ejerciendo desde el principio del comercio, sigue siendo una de las ramas más importantes en esta empresa de sistema integral.

Es importante hacer constar que la Mitsui participa en calidad de accionista en más de 120 empresas mixtas establecidas en 36 países. Su dedicación va dirigida tanto a las naciones industrializadas como a las que están en vías de desarrollo. Dedicar su atención al desarrollo económico e industrial, con financiamiento que en algunos casos alcanza varios cientos de millones de dólares; también ayuda al desarrollo minero, agrícola y marítimo del sector privado. Son obras que están dando el efecto esperado, tales como el impulso a la industria local, su avance técnico, fomento de nuevos mercados para sus productos y una mayor entrada de divisas para el país en donde se invierte, desarrollándose junto con la compañía.

Funciones: Importaciones

Es de comprenderse que por el sostenido crecimiento económico ha cobrado mayor ímpetu la importación japonesa tanto de materias primas como de bienes de capital y artículos de consumo. Su población de 104 millones de habitantes, respaldada por la renta nacional de incremento rápido, constituye un mercado de consumidores formidable; cabe decir que la Mitsui tiene una participación del 11.9% dentro del total del comercio importador del Japón; los renglones en los que participa son los siguientes:

• Hierro • Metales no ferrosos • Maquinaria • Productos químicos y farmacéuticos • Materiales y productos	• Productos agropecuarios • Alimentos • Azúcar • Productos textiles • Combustibles • Madera • Plásticos
---	---

	• Fertilizantes. • Mercaderías misceláneas.
--	--

Exportaciones

En cuanto a éstas, la Mitsui es la firma con más capacidad del Japón pues tiene una participación del 9.9% dentro del total de las exportaciones japonesas; enseguida se presenta una lista de los renglones de exportación:

- Hierro y acero.
- Metales no ferrosos.
- Maquinaria.
- Medicinas y productos químicos.
- Materiales y productos de plástico.
- Abonos.
- Frutos.
- Alimentos.
- Azúcar.
- Textiles.
- Combustibles.
- Madera.
- Cemento.
- Mercaderías misceláneas.

Inversión en empresas mixtas en el exterior

Es de suma importancia mencionar la actitud constructiva de Mitsui para tomar parte en empresas mixtas y proyectos en el exterior, esto hace que en la actualidad su participación se haya extendido a más de 80 casos en el mundo; de ese total unas 50 son empresas mixtas ubicadas en el sudeste de Asia, Oceanía, África y Latinoamérica que están consagradas al desarrollo de riquezas naturales y a la exportación de los productos extraídos.

Servicios de ingeniería y técnicos

En la era del desarrollo económico e industrial que vivimos en el mundo entero, es más que natural que de lejanos países afluyan a la Mitsui pedidos de construcción de fábricas, obras públicas y otros proyectos, inclusive los estudios preliminares. Sus

conocimientos profesionales, unidos a su capacidad financiera, permiten a este grupo tomar bajo su responsabilidad toda clase de obras públicas y privadas no importando su giro ni la ubicación de la empresa.

Sistema de transporte y entrega

La Mitsui cuenta con un sistema de transporte terrestre y marítimo y entrega de mercancías: la amplitud de su red mundial de sucursales unida a su organización completa de todas las fases de embarque y almacenamiento, le proporciona agilidad en las operaciones junto con las informaciones que sobre estos aspectos le envían diariamente sus 182 oficinas en el mundo.

Almacenaje y seguro

Funciona en esta compañía un departamento de transporte que atiende todos los aspectos de embarque y la entrega de las mercancías. Dispone de las instalaciones para almacenar los productos en los depósitos y almacenes aduaneros, contando con los seguros necesarios.

El grupo Mitsui

Una de las razones que ayudan a la prosperidad de Mitsui, radica en sus principios de adaptabilidad y servicio con los clientes; Mitsui no emprende ningún negocio hasta que sus investigadores no hayan estudiado los problemas financieros y de otra índole no menos importantes. Para transformar tales proyectos, esta compañía dispone de 57 sucursales en Japón y de 182 oficinas establecidas en 72 países; cuentan también con un personal altamente capacitado de 9,300 empleados. Es por esta gigantesca organización integrada, que sus negocios entre terceros países arrojan valores que crecen año con año. Hoy se dice que la Mitsui está poniendo énfasis en la organización desde el punto de vista de una gerencia moderna, además de tomar ventaja de sus méritos tradicionales de fuerza de trabajo.

Explicación de la tecnología de Mitsui & Co.

El desarrollo de la Mitsui se ha caracterizado por la presencia de un proceso de cambio en el terreno científico y tecnológico. En estas circunstancias la mayor parte de las innovaciones tecnológicas que se han venido incorporando a los sectores productivos de Japón, han sido por iniciativa de esta empresa, es decir, el país tiene la necesidad de que por no tener la suficiente materia prima para abastecer su mercado interno, ha tenido que adoptar un sistema balanceado de importación-exportación o sea; se adquiere la materia prima, se procesa y se vende al exterior; esto junto con el aprovechamiento de todos sus recursos, es en sí lo que hace la Mitsui.

Figuran en las transacciones de la compañía los siguientes productos:

Cuenta de metales	37.1%
Maquinaria	21.6%
Comestibles	10.7%
Productos quimicos	11.9%

Textiles	7.1%
otros	11.6%

En lo que se refiere a mercados, Mitsui tiene una fuerte posición en América del Norte y Europa, pero también la tiene igual sobre un área muy amplia incluyendo Sureste de Asia, Latinoamérica, África y el Medio Oriente.

Con todos estos mercados la tecnología de Mitsui es acorde al lugar y a las circunstancias, pero siempre siguiendo la misma política, es decir, importa materia prima del país en turno, a precios bajos y le vuelve a vender al mismo país sólo que el producto procesado y a un precio modificado pero atractivo; se debe sumar a esto que hacen del cliente un comprador seguro de todas sus innovaciones tecnológicas.

Relación y operaciones de la empresa comercial Mitsui

Mitsui ha logrado éxitos gracias a la solvencia moral y financiera, la capacidad de inversión y la tecnología que la distinguen entre tantos colegas nacionales y extranjeros; y más que nada por la eficaz ayuda que le dispensan los gobiernos y el sector privado. Es importante mencionar los estrechos lazos que unen a Mitsui con el sector financiero e industrial de Nueva York, Londres, París, Dusseldorf y otros centros, sin contar las relaciones sólidas que le vinculan con la banca y la industria nacionales.

En su plan de largo alcance. figuran el potencial de las llamadas industrias de sistemas, que comprenden el desarrollo del espacio, las riquezas marinas, la tierra, las viviendas y la información. Debido a que tales industrias involucran gran variedad de actividades industriales, Mitsui como organizador dentro del grupo, desarrolla el trabajo de coordinar los esfuerzos diversificados de las compañías integrantes del grupo.

Es notable apuntar en la Mitsui la inteligente forma para organizarse, esto la hace ser dinámica en su funcionamiento, contagiando a sus empleados que junto con la variedad de sus actividades y la cooperación que recibe la hacen parecer como un modelo a seguir.

ANÁLISIS DE LA EMPRESA COMERCIAL SUMITOMO SHOJI KAISHA, LTD.

Antecedentes

Hace tres siglos y medio que el Sr. Sumitomo entró en el campo de los negocios, estableciendo una tiendecita en Kioto, donde él vendía libros y medicinas. Nacido de familia guerrera, él decidió que podría contribuir de una manera más genuina al bienestar de su país tratando de vender artículos y servicios vitales.

La "Sumitomo Shoji Kaisha", o dicho en español, la compañía comercial "Sumitomo", determina que el comercio exterior es esencial para el bienestar de la comunidad internacional y para sus esfuerzos en pro del nivel de vida y del hallazgo de nuevos y mejores modos de hacer las cosas.

Una de las principales actividades de Sumitomo es, proseguir con vigor la tradicional política de contribuir en todas partes al desarrollo industrial, comercial y cultural. En cuanto a alcance, la empresa comercial internacional es algo peculiar del Japón. Porque, sólo en el Japón la mayoría de los fabricantes, tanto grandes como pequeños, asignan ambas cosas, la compra de sus materias primas y la venta de sus productos elaborados, a unas cuantas organizaciones gigantescas; las compañías comerciales. Quizás a causa de que ningún otro país tiene algo comparable a las compañías comerciales de tipo japonés, los negociantes extranjeros encuentran frecuentemente dificultad no sólo en comprender la naturaleza de estas compañías, sino también en escoger los estándares que se han de usar para evaluar las mismas.

Una compañía comercial ideal debería:

- Ir al paso en su sistema de comunicaciones: mantener una red de oficinas a lo ancho del mundo; ser capaz de negociar tratos y de cerrar contratos rápida y eficazmente.
- Contar entre sus empleados con especialistas en comercio exterior, ingenieros calificados y entrenados consultores técnicos: Hombres que saben negociar toda clase de contratos, aun los especulativos y los de compra-venta en combinación; hombres que estén enterados de las necesidades precisas de los países avanzados y de los países en desarrollo, en cualquier parte del mundo.
- Poseer un personal altamente calificado capaz de conocer todo lo referente a embarques y seguros, almacenajes y operaciones bancarias, mercados y servicios, promoción e investigación: todo descendiendo hasta el último detalle.
- Tener entrada a los grandes fabricantes, así como a los distribuidores clave; en breve, la compañía comercial debería representar productos de calidad de fabricantes de calidad.

La compleja organización comercial "Sumitomo Shoji" operan en áreas tan diversas como los alimentos enlatados y la energía atómica; productos químicos, café y carbón, fibras textiles y materiales de construcción.

La red internacional de las oficinas de la Sumitomo incluye 88 ciudades en 59 países; oficinas mutuamente ligadas por un equipo moderno de comunicaciones, que dirigen las importaciones y exportaciones entre Japón y el resto del mundo. Dentro de estas oficinas, aparece por doquier la versatilidad de organización de la Sumitomo; entrenados especialistas comerciales, consultores técnicos, hábiles ingenieros están prontos para proporcionar sus servicios.

La Sumitomo ofrece un servicio comprensivo de fuente única cuando negocia con el grupo; está preparada para ejecutar cualquier servicio que sea redituable.

Hoy día, Japón es una tierra de ilimitadas oportunidades económicas, ya se compre, se venda o se efectúen ambas cosas. Se tiene así una fuente experimentada, industriosa y enérgica de productos elaborados de alta calidad, tecnología y de toda clase de conocimientos técnicos; por lo que existe un mercado próspero, estable y creciente de cien millones de consumidores, ansiosos de probar lo nuevo, deseosos de adquirir lo más reciente. En el extranjero, la Sumitomo funciona como una compañía de

venta al por mayor, desempeña a la par los oficios de agente, distribuidora, exportadora e importadora y que a veces se dedica al comercio de permuta o trueque, al comercio de cambio, al comercio triangular, apareciendo asimismo como participante en compañías internacionales mixtas y en empresas internacionales semejantes. Dentro del Japón, la Sumitomo es también una empresa financiera, una principal accionista en grandes industrias, un nombre establecido en el negocio de los bienes inmuebles con presión considerable de propiedad.

Organización y funcionamiento

En Sumitomo se tienen varias divisiones, separadas para los negocios, cada una de ellas capaz de rendir un servicio de fuente única, todas ellas operando bajo una cadena de mando responsable.

Para empezar a negociar con Sumitomo, sólo se necesita ponerse en contacto con un representante en la ciudad más próxima o escribir directamente a la división que le concierne. Si se está interesado en más de una división, si la categoría de su producto abarca dos divisiones o si ninguna de éstas en lista el producto o servicio que se desea, se escribe al departamento de coordinación extranjera Sumitomo, Tokio. Ya sea, que el negocio a tratar pertenezca al comercio directo de la permuta o trueque, al comercio de cambio, a las licitaciones internacionales, a las importaciones de plantas o la obtención de licencias se encontrará que las facilidades globales de la Sumitomo, están convenientemente organizadas para atender al cliente.

Para esto, los negociantes de Sumitomo conocen los exámenes analíticos del mercado, los sondeos económicos y todas las fuentes mecánicas de información. Pero todos estos medios son, después de todo, sólo suplementarios para el personal de entrenadores expertos. Los empleados de la Sumitomo estudian las cambiantes situaciones económicas y políticas, están en el lugar conveniente el tiempo razonable y conocen a las personas idóneas.

Exportaciones

En el campo de la exportación, es función de la Sumitomo localizar todo aquello que el cliente necesite, si el artículo es fabricado en el Japón, ya se trate de una acería o de un pequeño tornillo, en el Sumitomo hay un experto en aquel ramo particular. El conoce el mercado, sabe dónde están empleando las últimas técnicas y sabe asimismo dónde se fabrican los productos de valor y calidad.

La Sumitomo posee una red de oficinas que cubre todo el Japón, tiene expedientes y archivos que se ven abarrotados de hechos y cifras, de productos, plazas y precios. El resultado de años de sólida experiencia práctica en toda las áreas de la exportación. Para cualquier información que se necesite, para cualquier fabricante o factoría hasta los cuales se quiera ir, allí se encuentra la multifacética Sumitomo, exactamente organizada para facilitar las cosas. También, la Sumitomo es eminente como financiera, extendiendo sus recursos a numerosos campos manufactureros.

Sumitomo cuenta con una división de transportes propia, su propio almacén afiliado, facilidades de seguro y banca. Los especialistas en embarques y expediciones inspeccionan el embalaje, el fletamiento, la deposición de la carga y todas las otras

medidas con que trasladan los artículos hasta el lugar que sea necesario a precio mínimo.

Importaciones

Sumitomo financia frecuentemente el proceso mismo de manufactura. Se encuentra en una excelente posición que puede ser de gran provecho para los fabricantes extranjeros interesados en el mercado japonés. La cadena de oficinas locales se encuentra en estrecho contacto con los fabricantes locales, manteniéndose de frente a sus necesidades de materias primas.

En Japón hay poca o ninguna desocupación y posee una renta nacional que se compara favorablemente con las existentes en las naciones más avanzadas de Europa. La Sumitomo es una de las pocas firmas organizadas de tal modo, que son capaces de cubrir este mercado en la manera más eficiente.

De hecho, la Sumitomo proporciona asistencia de ventas; ayuda a encontrar el consorcio conveniente o el agente apropiado, así como a establecer el adecuado sistema de distribución para los productos. En Sumitomo indican cuál firma japonesa es la que puede entrar mejor en una provechosa empresa conjunta y también aconseja en las negociaciones subsiguientes. Y, lo más importante de todo, ofrece las ventajas intangibles: las que provienen de muchos años de próspera importación y mercadería; las que pueden crear la diferencia entre entrar en un mercado y ser afortunado en él.

Una de las técnicas de la empresa Sumitomo es que se encarga también de desempeñar un papel activo en el desarrollo económico e industrial de numerosos países por otras vías. Por ejemplo, se exportan plantas e instalaciones, se extiende cooperación financiera, se presta asistencia técnica y también se encarga de empresas internacionales conjuntas.*

Esto nos lleva a pensar que en un mundo que crece rápidamente, las empresas internacionales conjuntas han llegado a constituir un medio importante de efectuar negocios.

Explicación de la tecnología de Sumitomo (empresa comercial japonesa)

El desarrollo de la Sumitomo, se ha caracterizado por la presencia de un proceso de cambio acerca de los intereses comerciales y el modo en que éstos se operan, sobre los valores humanos y el modo como los incita la compañía. El negocio para esta empresa (Sumitomo) no es meramente lucrativo, sino una forma de vida basándose en la conducta, en las promesas, en los productos, en la calidad, etc., solamente bajo esas condiciones, donde un juego equitativo puede dar lugar a contratos prósperos que pueden ser obtenidos y que de éstos pueden derivarse beneficios mutuos.

- Una empresa internacional conjunta es aquella que está organizada para ayudar a la expansión de otras compañías.

Esa es quizá la razón por la que Sumitomo goza de gran reputación y de gran responsabilidad a lo ancho del mundo, se puede uno cerciorar de ello consultando a cualquier banco de rango internacional, preguntando a cualquiera de los hombres de

negocios más eminentes en la especialidad de comercio exterior, hablando directamente con alguno de sus clientes.

A continuación se presenta una lista de los productos que se exportan e importan de Japón:

- Hierro y acero.
- Metales no ferrosos.
- Productos eléctricos.
- Maquinaria.
- Aviones, barcos y automóviles.
- Fertilizantes.
- Combustibles.
- Textiles.
- Productos químicos y plásticos.

La Sumitomo no hace más que proporcionar asistencia de ventas, ayuda a encontrar el consorcio conveniente o el agente apropiado, así como a establecer el adecuado sistema de distribución para los productos. También, la Sumitomo es eminente como financiera, extendiendo sus recursos a numerosos campos manufactureros de Japón.

Para asegurar un servicio de fuente única, la Sumitomo tiene su propia división de transportes, su propio almacén afiliado, sus propias facilidades de seguro y banca y, finalmente, tiene especialistas en embarques y expediciones que son los encargados de inspeccionar el embalaje, el almacenaje, el fletamento, la deposición de la carga y todas las otras medidas con que trasladan los artículos a su destino, a precio mínimo.

Relación y operaciones de la empresa comercial Sumitomo

Referente a las relaciones de la Sumitomo, cabe mencionar la colaboración que recibe el grupo; éste es un consorcio informal de tres docenas de corporaciones, cada una de ellas son un especialista en su propio campo o industria, que pueden funcionar conjuntamente como una organización comprensiva a causa de un alto grado único.

Cada una de estas empresas se enorgullece de cuidar la tradición de Sumitomo en calidades y servicios. Por la integración de sus conocimientos técnicos colectivos, los miembros del grupo Sumitomo pueden proporcionar recursos en muchos lugares.

Otras firmas del grupo Sumitomo están dedicadas a especialidades tan diversas como la minería carbonera, la refrigeración, el procesamiento del aluminio y el cobre, la arquitectura, la energía hidroeléctrica, la construcción, la manufactura de instrumentos de precisión, los metales en polvo, los plásticos y los productos petroquímicos; ejemplos de estas firmas son:

1. Mina de cobre del Canadá.
2. Minas de acero y su subsiguiente industrialización de acero y rebabas en Tasmania.
3. Plantaciones plataneras en Filipinas.
4. Industrias pesqueras y de refrigeración en Indonesia.
5. Compañía Minera Aguas Claras de acero y óxidos de Brasil.
6. Compañía minera de cromo en Brasil.
7. Compañía de desarrollo de depósito de gas en Australia.
8. Compañía productora de sales industriales.

Otra de las funciones de la compañía es que tiene una extensa esfera e influencia de actividades que une y forma un núcleo internacional con todas las compañías subsidiarias. Sumitomo es un sistema de telecomunicaciones y está preparada para ofrecer toda clase de servicios; existe información entre una nación y otra y de una nación a todo el mundo sin necesidad de ser Japón. El grupo Sumitomo juega una actividad muy importante que es coordinar el mundo y su grupo.