

Aplicabilidad de los programas federales de apoyo al comercio exterior en Tabasco

*Germán Martínez Prats, Cecilia García Muñoz Aparicio,
María del Carmen Navarrete Torres*

*Universidad Juárez Autónoma de Tabasco. Villahermosa, México
germanmtzprats@hotmail.com; flamingos1999@hotmail.com,
mallynav@yahoo.com.mx*

Resumen

El presente trabajo tiene como objeto determinar la aplicación de los programas de apoyo al comercio exterior en Tabasco, la metodología usada fue la de investigación descriptiva, ya que exponen las características del fenómeno, este trabajo nos llevó al resultado de no que existen empresas en la entidad que aprovechen los beneficios de dichos programas y por lo tanto no existe una aplicabilidad de los mismos.

Palabras clave: Exportación, comercio exterior, programa de promoción, desarrollo, mercados internacionales.

Program for Promotion and Exports Development in Tabasco

Abstract

The main purpose of this work is to determine the use by companies of the federal support for international trade programs in the state of Tabasco, the methodology used in this paper is descriptive, because it shows the characteristics of the situation, the result is that there are not companies taking advantage of these programs and for that reason there is not application of these programs.

Keywords: Export, foreign trade, trade programs, development, international markets.

INTRODUCCIÓN

La ubicación geográfica de Tabasco, además de su gran riqueza en recursos naturales, ofrece una excelente oportunidad para emprender negocios en la entidad. La disponibilidad de su mano de obra y su cercanía con los principales puertos del país y centros de consumo, brindan una inmejorable oportunidad para invertir en Tabasco.

Población

La población de Tabasco representó 2.0% de la población total de México en 2013.

Población 2013

Concepto	Tabasco Total (A)	Nacional Total (B)	% Part A/B
Población total (PT)	2,344,013	118,896,009	2.0%
Población menor de 14 años (Menores)	625,340	30,569,933	2.0%
Población en edad de trabajar (PET)	1,718,673	88,326,076	1.9%
Población Económicamente Inactiva (PEI)	733,499	35,650,292	2.1%
Población Económicamente Activa (PEA)	985,174	52,675,784	1.9%
Ocupados	926,076	50,243,493	1.8%
Desocupados	59,098	2,432,291	2.4%

Fuente: INEGI, Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo, al cuarto trimestre de 2013.

Empleo

Concepto	Tabasco Total	Nacional Total	% Part. A/B
Total PEA Ocupada	926,076	50,243,493	1.8%
Agricultura, ganadería, silvicultura, caza y pesca	145,704	6,979,357	2.1%
Industria extractiva y de la electricidad	47,899	442,154	10.8%
Industria manufacturera	62,289	7,952,494	0.8%
Construcción	69,435	3,656,367	1.9%
Comercio	182,160	9,881,916	1.8%
Restaurantes y servicios de alojamiento	71,387	3,430,938	2.1%
Transportes, comunicaciones, correo y almacenamiento	47,871	2,465,670	1.9%

Empleo (Continuación)

Concepto	Tabasco Total	Nacional Total	% Part. A/B
Servicios profesionales, financieros y corporativos	40,779	3,430,232	1.2%
Servicios sociales	87,572	4,062,892	2.2%
Servicios diversos	115,521	5,271,210	2.2%
Gobierno y organismos internacionales	50,489	2,383,118	2.1%
No especificado	4,970	287,145	1.7%

Fuente: INEGI (2013).

Tabasco reportó cerca de 926 mil trabajadores en 2013, principalmente el comercio y las actividades agropecuarias, lo que representó 1.8% y 2.1% respecto al personal ocupado en cada sector a nivel nacional.

Tabasco reportó cerca de 926 mil trabajadores en 2013, principalmente el comercio y las actividades agropecuarias, lo que representó 1.8% y 2.1% respecto al personal ocupado en cada sector a nivel nacional.

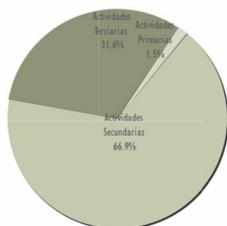
Como se puede observar en la anterior tabla, los rubros que mayor empleo generan son los de agricultura y comercio, seguidos por servicios diversos, pero esto nos ayuda a identificar que las mayores áreas de negocios en el estado son las de agricultura y ganadería, lo cual también determina que pueden ser las áreas donde se pueden llevar a cabo operaciones de comercio exterior, aunque no sea así en la práctica.

Economía

El Producto Interno Bruto (PIB) del estado ascendió a más de 488 mil millones de pesos en 2013, con lo que aportó 3.2% al PIB nacional.

Tabasco aportó 22.9% al PIB nacional en el sector de la minería en 2013.

ESTRUCTURA DEL PIB DE TABASCO, 2013



Total	488,756	15,447,556	3.2%
Actividades Primarias	7,452	506,970	1.5%
Agricultura, cría y explotación de animales, aprovechamiento forestal, pesca y caza	7,452	506,970	1.5%
Actividades Secundarias	326,755	5,326,904	6.1%
Minería	269,471	1,177,166	22.9%
Generación, transmisión y distribución de energía eléctrica, suministro de agua y de gas por ductos al consumidor final	1,909	268,925	0.7%
Construcción	26,529	1,166,705	2.3%
Industrias manufactureras	28,846	2,714,108	1.1%
Actividades Terciarias	154,549	9,613,682	1.6%
Comercio	43,383	2,486,380	1.7%
Transportes, correos y almacenamiento	13,285	1,002,794	1.3%
Información en medios masivos	3,161	357,185	0.9%
Servicios financieros y de seguros	5,150	535,440	1.0%
Serv. inmobiliarios y de alquiler de bienes muebles e intangibles	34,199	1,839,112	1.9%
Servicios profesionales, científicos y técnicos	6,391	345,630	1.8%
Corporativos	92,078		0.0%
Servicios de apoyo a negocios y manejo de desechos y servicios de remediación	4,001	516,744	0.8%
Servicios educativos	13,852	656,595	2.1%
Servicios de salud y de asistencia social	8,934	365,995	2.4%
Servicios de esparcimiento culturales y deportivos, y otros servicios recreativos	325	73,519	0.4%
Hoteles y restaurantes	4,333	340,863	1.3%
Otros servicios excepto actividades del gobierno	5,124	328,071	1.6%
Actividades del gobierno	12,410	673,276	1.8%

El principal ingreso del estado se genera por minería, aunque estos ingresos son acaparados por las industrias del área petrolera, pero estas empresas, tienen casi siempre operaciones centralizadas en sus oficinas matrices en otros estados o países, y por lo tanto no llevan a cabo sus operaciones de comercio exterior en la entidad.

Inversión Extranjera Directa

Tabasco recibió 109.5 millones de dólares por concepto de inversión extranjera directa (IED) en 2013, lo que representó 0.3% de la IED recibida en México.

Salarios

Tabasco obtuvo un Salario Medio de Cotización al IMSS de \$240.4 en 2013, y se colocó por debajo del promedio nacional de \$270.2.

Salario Medio de Cotización al IMSS*	
Tabasco	240.4
Nacional	270.2

*Pesos por día en promedio anual 2013. Fuente: STPS.

Salario medio de cotización al IMS por sector de actividad	
Agricultura, ganadería y pesca	156.2
Industrias extractivas	451.2
Industrias de transformación	283.3
Contrucción	196.6
Industria eléctrica y de agua potable	678.1
Comercio	238.6
Transporte y comunicaciones	336.5
Servicios para empresas y personas	273.8
Servicios sociales	299.5

Se puede observar los salarios mayores se pagan en las áreas industriales, siendo las áreas de agricultura y ganadería, pero esto se puede revertir si se explota la capacidad de exportación en materia agrícola y ganadera, que fue el sustento del estado, antes del desarrollo de la industria petrolera.

Infraestructura

Infraestructura en el Estado de Tabasco

Vías férreas (Km)	300
Troncales y ramales	257
Secundarias	30
Particulares	14
Puertos marítimos	5
De altura y cabotaje	2
De cabotaje	3
Aeropuertos	1
Nacionales	0
Internacionales	1

Fuente: SCT 2014 y AEPEF 2013 de INEGI.

Tabasco cuenta con 300 kilómetros de vías férreas. Cuenta con 5 puertos marítimos, 2 de altura y cabotaje y 3 de cabotaje. Posee un aeropuerto internacional.

Infraestructura en el Estado de Tabasco

Unidades médicas	771
Públicas	722
Privadas	49
Establecimientos para hospedaje	434
Habitaciones	10,923

Fuente: SCT 2014 y AEPEF 2014 de INEGI

Educación

Tabasco	Educación Media Superior	Educación Superior
Instituciones	n.a	53
Escuelas	282	75
Alumnos	98,611	68,524
Maestros	5,466	5,929

Fuente: SEP, 2013.

De un total de 92,273 egresados del área de ingeniería, manufactura y construcción en el país, 3,210 egresaron de Tabasco.

Población Escolar Nivel Licenciatura 2012-2013

Tabasco	Matriculados	Egresados	Titulados
Total Licenciatura	67,249	9,266	6,793
Agronomía y veterinaria	1,904	255	176
Artes y humanidades	2,542	261	216
C. naturales, exactas y de la computación	5,168	672	517
C. sociales, administrativas y derecho	22,275	3,841	2,814
Educación	3,347	504	418
Ingeniería, manufactura y construcción	24,896	3,210	2,092
Salud	6,797	523	560
Servicios	320	0	0

Fuente: ANUIES, 2014.

Población Escolar nivel Técnico Superior 2012-2013

Tabasco	Matriculados	Egresados	Titulados
Total Técnico Superior	2,682	1,152	829
Agronomía y veterinaria	0	0	0
Artes y humanidades	45	14	2
C. naturales, exactas y de la computación	0	234	177
C. sociales, administrativas y derecho	1,148	528	377
Educación	16	0	0
Ingeniería, manufactura y construcción	1,396	376	273
Salud	77	0	0
Servicios	0	0	0

Fuente: ANUIES, 2014.

Como se puede observar en los datos anteriores fuera del petróleo la principal industria es la agropecuaria, se anexa lista de las principales empresas de este rubro en el estado, pero muchas de estas empresas aunque realizan operaciones de comercio exterior no se encuentran dadas de alta a ninguno de los programas de apoyo al comercio exterior, a continuación se mostrará el padrón actualizado en el estado de Tabasco de estas empresas.

FUNDAMENTOS TEÓRICOS

La búsqueda por incrementar la exportación de los productos mexicanos, se debe a que trae consigo beneficios macroeconómicos y

microeconómicos para el país y la sociedad; en el primero, se encuentran el incremento de las divisas que permitirán importar aquellos productos necesarios para continuar con el proceso de producción, además de aumentar las reservas internacionales de divisas y contribuir a disminuir el déficit en la balanza comercial.

En cuanto a los beneficios microeconómicos, la exportación de productos mexicanos en los diferentes mercados internacionales ofrece precios más rentables a las empresas mexicanas, incrementando sus márgenes de utilidad, además el crecimiento de la demanda internacional exige operar con economías a escala que permiten la reducción de los costos unitarios a través de la innovación tecnológica y el incremento de la producción, dichos factores se conjuntan para generar una mejor calidad para los productos mexicanos en el extranjero. No obstante, también se tiene un impacto social positivo, ya que el aumento de la demanda internacional y de la oferta nacional son factores que contribuyen a disminuir los niveles de desempleo, fortaleciendo el mercado interno e incentivando al crecimiento económico y social (Colaiácovo, Assefh y Guadagna, 1993).

A la hora de exportar, las empresas adoptan estrategias que van en función de la infraestructura disponible, la organización, disponibilidad de productos y recursos tanto financieros como humanos, así como los costos y los riesgos que la empresa está dispuesta a asumir.

En función de esto las empresas eligen ser exportadores directos, indirectos o realizar exportaciones concertadas mediante consorcios de exportación, joint venture o franquicias.

Exportación Directa

Es aquella estrategia en la que la empresa se hace cargo del proceso exportador, estableciendo ella misma el contacto con el importador (PROMEXICO, 2014).

Este método permite que el exportador controle el proceso de comercialización, establecer una relación directa con los clientes en el exterior, incrementando sus conocimientos de los mercados internacionales, y genera una ganancia mayor, al no haber intermediarios entre uno y otro (Ledesma y Domínguez, 2004).

Exportación Indirecta

En estos casos intervienen intermediarios que desarrollan todas las actividades vinculadas a la exportación, que puede estar radicado en el país de la empresa exportadora o en el extranjero. Este método no requiere ningún esfuerzo por parte de la empresa, es menos costoso pero, a su vez, determina que la empresa no adquiera experiencia ni contactos con el exterior (Hernández, 2007).

Exportaciones Concertadas

Intervienen varias partes, que suscriben un contrato por el cual colaborarán para insertarse en los mercados internacionales y pueden llevarse a cabo bajo alguna de las siguientes modalidades:

- Consorcios de exportación: es la agrupación de varias empresas independientes (del mismo rubro o complementarias) que, creando una nueva organización a través de un acuerdo comercial, delegan las acciones ligadas a la exportación de los bienes que cada una produce. Las empresas que participan de la sociedad no pierden su personalidad ni su estructura.
- Franquicias: son mecanismos en los que intervienen dos o más empresas vinculadas por un contrato que genera que una de ellas (llamada franquiciador) cede a la otra (franquiciada) un producto o línea de productos, el nombre, la marca, el know-how sobre la gestión y comercialización, control y prestación de servicios. Todo ello a cambio de una contraprestación económica inicial y un porcentaje sobre las ventas. De esta forma el franquiciado se convierte en propietario del negocio (Kotler y Keller, 2006).
- Joint Venture: es la asociación internacional para un proyecto común, del que participan dos o más empresas radicadas en diferentes países. El objetivo es el desarrollo de una actividad específica que implica la asignación común de recursos, la toma de decisiones en conjunto con los riesgos que ello implique, y cierta continuidad y estabilidad temporal. Sin embargo, las empresas mantienen su independencia en otras áreas (Czinkota, 2008).

METODOLOGÍA

Investigar es una sistemática y refinada técnica de pensar, que emplea herramientas, instrumentos y procedimientos especiales con

objeto de obtener una solución más adecuada a un problema que sería imposible realizar con medios ordinarios. La investigación es en cierto modo un método para alcanzar un fin, una técnica precisa y ordenada para descubrir aspectos desconocidos de un área del conocimiento (Mendieta, 1999).

El punto de partida de la investigación es la existencia de un problema que habrá de definirse, examinarse y analizarse críticamente, para poder luego intentar su solución.

Para efectos de este trabajo la metodología que se usó fue la de la investigación aplicada, ya que de acuerdo a Zorrilla (2009) esta guarda íntima relación con la básica, pues depende de los descubrimientos y avances de la investigación básica y se enriquece con ellos, pero se caracteriza por su interés en la aplicación, utilización y consecuencias prácticas de los conocimientos. La investigación aplicada busca el conocer para hacer, para actuar, para construir, para modificar, y también una investigación de tipo descriptiva, ya que aunque esta guarda estrecha relación con la investigación exploratoria, que sirve de base para la descriptiva. La primera tiene por objeto familiarizarnos con el problema del estudio y seleccionar, adecuar o perfeccionar, los recursos y los procedimientos disponibles para una investigación posterior.

La investigación descriptiva tiene por objeto exponer las características de los fenómenos. Tiene carácter diagnóstico cuando se propone establecer relaciones causales entre ellos.

Los estudios diagnósticos tienen carácter predictivo cuando se proponen pronosticar la realización de ciertos efectos. Estos estudios tienen carácter correctivo cuando se proponen estimular, atenuar o eliminar los efectos.

Y el enfoque que se le dio fue de tipo cualitativo, ya que por lo común, se utiliza primero para descubrir y refinar preguntas de investigación. A veces, pero no necesariamente, se prueban hipótesis. Con frecuencia se basa en métodos de recolección de datos sin medición numérica, como las descripciones y las observaciones.

Las investigaciones cualitativas son guiadas por áreas o temas significativos de investigación (al igual que las cuantitativas), sin embargo, en lugar de que la claridad sobre la(s) preguntas de investigación e hipótesis preceda (como en la mayoría de los estudios cuantitativos) a la recolección y el análisis de los datos, los estudios cualitativos pueden desarrollar pregun-

tas e hipótesis antes, durante o después de la recolección y el análisis. Con frecuencia, estas actividades sirven, primero, para descubrir cuáles son las preguntas de investigación más importantes; y, después, para refinarlas y responderlas (o probar hipótesis). El proceso se mueve dinámicamente entre los “hechos” y su interpretación en ambos sentidos.

En general, los estudios cualitativos involucran la recolección de datos utilizando técnicas que no pretenden medir ni asociar las mediciones con números, tales como observación no estructurada, entrevistas abiertas, revisión de documentos, discusión en grupo, evaluación de experiencias personales, inspección de historias de vida, análisis semántico y de discursos cotidianos, interacción con grupos o comunidades, e introspección.

Un estudio cualitativo busca comprender su fenómeno de estudio en su ambiente usual (cómo vive, se comporta y actúa la gente; qué piensa; cuáles son sus actitudes, etcétera).

Los estudios cualitativos no pretenden generalizar de manera intrínseca los resultados a poblaciones más amplias, ni necesariamente obtener muestras representativas (bajo la ley de probabilidad). De igual manera, se fundamentan más en un proceso inductivo (exploran y describen, y luego generan perspectivas teóricas). Van de lo particular a lo general.

ANÁLISIS

En el programa PROSEC solo se encuentra registrado una empresa

Localidad:	Villahermosa	No. de registro	Lugar
------------	--------------	-----------------	-------

Productor directo	2014	7928	VIGENTE
-------------------	------	------	---------

INGENIO PRESIDENTE BENITO JUAREZ, SA DE CV

AZUCAR Cárdenas, Tabasco.

En el programa IMMEX se encontraron los siguientes resultados

Localidad:	Villahermosa	No. de registro	Lugar
------------	--------------	-----------------	-------

Productor directo	5368	2006	VIGENTE
-------------------	------	------	---------

ORDORICA PRODUCE, S. DE P.R. DE R.L. Emiliano Zapata, Tabasco.

Localidad:	Villahermosa	No. de registro	Lugar
------------	--------------	-----------------	-------

Productor directo	4714	2006	VIGENTE
-------------------	------	------	---------

AGRO EXPORTS, S.A. DE C.V Emiliano Zapata, Tabasco.

Se observa que es prácticamente nula la participación de las empresas estatales en los programas de apoyo al comercio exterior, las causas pueden ser muchas, por lo que en el siguiente capítulo de este trabajo, se propondrá un programa de apoyo y promoción a los empresarios estatales para que conozcan todos los beneficios y oportunidades que pueden obtener al acceder a estos programas.

En el anexo se presenta una lista de empresas agroindustriales del estado, y haciendo un análisis de la misma se encuentra que prácticamente sólo se producen los siguientes productos: avena con cacao y chocolate, mermeladas, mantequilla y queso, dulces regionales y salsas.

Solo el 20% trabaja con cadenas de supermercados, el 80% restante comercializa sus productos en sus propios establecimientos o en tiendas de abarrotes y misceláneas, al no participar en cadenas de supermercados le genera una desventaja, ya que los productos no tienen muchas veces la presentación adecuada o la calidad requerida por este tipo de establecimientos, y por lo tanto se genera un círculo vicioso, el cual a su vez no genera innovación en los productos o mejoras en los mismos, muchos de estos productos podrían ser exportados, pero para lo mismo, hay que apoyar a estas empresas, a que conozcan los mecanismos de apoyo al comercio exterior, y pueden acceder a capacitación, préstamos, apoyo en materia de comercialización y marketing, apoyo en sistemas logísticos, obtención de maquinaria de importación, para hacer más eficientes sus procesos productivos, y poder de esta manera darle un valor agregado a los productos agrícolas que se producen en la entidad.

CONCLUSIÓN

A manera de resumen, para acceder a estos beneficios se requiere llevar a cabo los siguientes pasos:

- Contar con Registro Federal de Contribuyentes
- Tramitar ante la Delegación Federal de la Secretaría de Economía, la inscripción al programa seleccionado, los requisitos para dicha incorporación fueron analizados en un capítulo anterior.
- La exportación está gravada a tasa cero del Impuesto al Valor Agregado.
- México ha negociado 12 Acuerdos Comerciales con 43 países, por lo que es importante aprovechar los beneficios arancelarios previs-

- tos en los mismos, tanto para exportar como para la importación de insumos.
- Con base en el Decreto para el Fomento de la Industria Manufacturera, Maquiladora y de Servicios de Exportación se podrá importar de manera temporal los bienes que requiere en su proceso de exportación.
 - Recuperar los impuestos de importación, cuotas compensatorias o IVA por los insumos incorporados a productos de importación través del régimen de Draw back.
 - Los apoyos han sido diseñados tanto para la exportación directa como indirecta.
 - Las empresas Mipymes pueden beneficiarse de los recursos que otorga el Fondo Pyme.
 - Compex es la instancia estatal y local ante la cual puede presentar comentarios o reclamaciones respecto a los trámites y apoyos al comercio exterior.
 - El Premio Nacional de Exportación representa un reconocimiento a su actividad como empresa exportadora que le ayudará a su posicionamiento en el mercado internacional.
 - Los gobiernos estatales han concertado con Bancomext programas en materia de comercio e inversión a través de los cuales puede obtener importantes reducciones al costo de nuestros servicios.
 - Aprovechar los servicios de Bancomext le permite reducir el costo, tiempo y riesgo de su proceso de internacionalización.
 - Después de seleccionado el programa, empezar a realizar las operaciones de comercio exterior bajo la cobertura de los mismos, y presentar los reportes o apoyos solicitados requeridos antes las dos instancias que operan estos programas, en la parte de apoyos fiscales el SAT, y en la parte de apoyo administrativos y de promoción la Secretaria de Economía.
 - Y por último presentar anualmente los reportes de operación del año fiscal, ante la Delegación Federal de la Secretaria de Economía, para poder refrendar los padrones o registros correspondientes, y de esta manera seguir gozando de los beneficios de dichos programas.

Referencias Bibliográficas

- AEPEF (2013). Anuario de Estadística por Entidad Federativa de Inegi, disponible en: <http://www.inegi.org.mx>
- ANUIES (2014). Asociación Nacional de Universidades e Institutos de Educación Superior, disponible en: <http://www.anui.es.mx/>
- COLAIÁCOVO J. L., ASSEFH A.A. y GUADAGNA J.C. (1993). Proyectos de exportación y. Estrategias de Marketing Internacional. Textos y casos sobre agroindustria y servicios, Buenos Aires, Argentina: Macchi Grupo Editorial.
- CZINKOTA, Michae (2008). Marketing Internacional, México: Cengage Learning Editores.
- FERNÁNDEZ, R. (2007). Manual para elaborar un plan de mercadotecnia, México: McGraw-Hill.
- INEGI (2013). Instituto Nacional de Estadística y Geografía, disponible en: <http://www.inegi.org.mx>
- KOTLER, P. y KELLER, L. (2006). Dirección de Marketing, 12ª edición, traducción de Clara Rivera: Pearson Alhambra.
- LEDESMA, C. A. y DOMÍNGUEZ, M. (2004). Consorcios de Exportación: El despegue Regional, Argentina: Osmar D. Buyatti librería Editorial.
- PROMEXICO (2014). Fideicomiso público para promover y apoyar la actividad exportadora, disponible en: <https://www.promexico.gob.mx/>
- SCT (2014). Secretaría de Comunicaciones y Transportes, disponible en: <http://www.sct.gob.mx/>
- SEP (2013). Secretaría de educación Pública, disponible en: <http://www.sep.gob.mx/>
- ZORRILLA, S. (2009). Introducción a la Metodología de la Investigación 2ª. Edición: Cal y Arena.