



---

# Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla

FACULTAD DE  
COMERCIO INTERNACIONAL

1994-1998...

Importancia de las Exportaciones de Muebles Rústicos  
en la Economía del Estado de Puebla

## TESIS PROFESIONAL

que para obtener el título de:  
LICENCIADO EN  
COMERCIO INTERNACIONAL

presentan:

**GIOVANNI MARTINEZ MARTINEZ**  
**MARINA ANGELICA PEREZ HERNANDEZ**  
**ALEJANDRO RAMON ESCOBAR ZAMORANO**



**UPAEP – Secretaría General**

Dirección General de Apoyos Académicos

Dirección del Centro de Recursos para el Aprendizaje y la Investigación.

Biblioteca Central - **Karol Wojtyła**

**Tesis Digitales Restricciones de uso:**

**DERECHOS RESERVADOS ©**

**PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

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

El uso de textos, imágenes, gráficas, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente de donde la obtuvo mencionando el autor o autores involucrados en el documento.

Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

Puebla, Puebla, a 10 de Mayo de 1999.

**Mtro. José Francisco Villarreal Reyna**  
**Director de la Facultad de Comercio Internacional**  
**Presente.**

El presente tiene el fin de hacer constar mi total aprobación al Trabajo Recepcional del Tema:

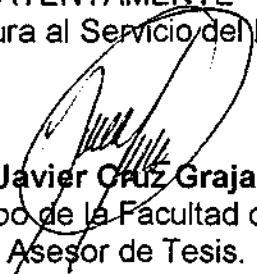
**“ 1994 – 1998 La importancia de las Exportaciones de Muebles Rústicos  
en la Economía del Estado de Puebla “**

que para obtener el Título de Licenciado en Comercio Internacional, presentan los alumnos:

**Marina Angélica Pérez Hernández**  
**Giovanni Martínez Martínez**  
**Alejandro Ramón Escobar Zamorano**

El cual cumple con los requisitos establecidos por las autoridades de la Facultad de Comercio Internacional de la Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla, para efecto de la realización de su examen profesional.

**ATENTAMENTE**  
“ La Cultura al Servicio del Pueblo ”



**Lic. Javier Cruz Grajales**  
Catedrático de Medio Tiempo de la Facultad de Comercio Internacional  
y Asesor de Tesis.

# DEDICATORIAS

# DEDICATORIAS



## *A Dios*

Por brindarle salud y la fortaleza necesaria a mi madre, para poder darme la oportunidad de estudiar y ser alguien en la vida.

De igual forma por darme la oportunidad de tener una familia con la que pueda compartir mis éxitos y fracasos.

## *A mi mamá*

Antes que nada *Gracias flaquita* por darme la vida, gracias te doy también por la paciencia que me has tenido y por darme los instrumentos necesarios para salir adelante. Espero que esta sea la primera de muchas satisfacciones que te pueda brindar como **hijo**.

## *A mi Papi*†

Donde quiera que estés Papá, he cumplido. Ojalá que disfrutes tanto como yo este éxito.

Este trabajo te lo dedico a Ti.

**Te Extraño**

# AGRADECIMIENTOS

Al M.F. **Javier Cruz Grajales**, por su valioso apoyo y dedicación durante nuestra formación profesional y especialmente en el desarrollo de éste trabajo, quien sirvió como pieza fundamental para el logro de nuestros objetivos.

**Te estaremos eternamente agradecidos.**

Al M.C.I **José Francisco Villarreal Reyna**, por todas las experiencias y conocimientos que formaron en nosotros una clara idea de lo que significa nuestra profesión. Así como por sus acertadas sugerencias durante la elaboración del presente análisis.

A la M.A **Mayte Alcántara Gutiérrez**, por su cariño y apoyo incondicional que logró llevarnos al término de nuestra meta. Gracias mil por la grandiosa motivación que siempre nos brindaste.

A los diferentes Organismos Gubernamentales y Empresas Exportadoras de Muebles Rústicos que nos permitieron tener acceso a la información necesaria para la elaboración del presente trabajo.

## ABSTRACT

El presente trabajo contiene una visión clara de lo que representan y han significado las exportaciones de muebles rústicos en la economía del estado de Puebla.

Al inicio del mismo se menciona una breve historia de la evolución del mueble y como este a logrado ocupar un lugar muy importante en la vida cotidiana del ser humano de todos los tiempos, adaptándose a las diferentes culturas y estilos de vida de la humanidad, es así como surge el mueble rústico mexicano, creando una moda en la cultura habitacional de todo el mundo.

Por tanto siendo el estado de Puebla uno de los principales productores de muebles rústicos, es importante analizar que la relevancia que esta actividad representa para la vida económica de los poblanos.

Para realizar esta ardua tarea es necesario conocer primeramente la conformación de la economía Poblana y los cambios importantes que esta ha experimentado en los últimos 5 años para después realizar una comparación de dicho comportamiento con el del resto de la economía nacional. Partiendo de ésta base será posible identificar la posición que ocupan las exportaciones de muebles rústicos tanto a nivel nacional como estatal dentro del ámbito económico y derivar de esto qué empresas dedicadas a este ramo cuentan con grandes aportaciones e índices de exportación sobresalientes; para concluir así que las exportaciones de muebles rústicos a pesar de ser una actividad de reciente participación en los mercados internacionales y con todas las adversidades que ha encontrado a su paso, figura como parte considerable dentro de la balanza comercial poblana.

# INDICE

## INTRODUCCIÓN GENERAL

### CAPITULO I

#### LA INDUSTRIA DEL MUEBLE RÚSTICO EN EL ESTADO DE PUEBLA

1.1	Introducción al Estudio del Mueble	9
1.1.2	El Mueble como Necesidad	9
1.2	Diferentes estilos de Muebles	12
1.2.1	Evolución del Mueble	12
1.3	El Mueble Rústico	14
1.4	Conclusiones	15

### CAPITULO II

#### AMBITO Y DESARROLLO DE LA INDUSTRIA DEL MUEBLE RUSTICO

2.1	Panorama General	16
2.1.1	Introducción al Análisis Económico	16
2.2	Entorno de la Industria del Mueble Rústico en el Estado de Puebla	17
2.2.1	Visión global de la industria del mueble rústico	17
2.2.1.1	Características del Sector	19
2.2.1.2	Distribución Geográfica del Sector Muebles Rústicos	19
2.2.1.3	Principales Insumos Utilizados del Sector Muebles Rústicos	19
2.2.1.4	Exportaciones del Sector Muebles Rústicos	20
2.2.2	Actividad Exportadora del Sector Muebles Rústicos	21
2.2.2.1	Preferencias Arancelarias	21
2.2.2.2	Influencia del TLCAN en la industria del Mueble Rústico	25
2.3	Visión Global de las Empresas Exportadoras de Muebles Rústicos	27
2.3.1	Situación del Aparato Comercial	28
2.4	Introducción a la Economía del Estado de Puebla	30
2.4.1	Composición de la Economía del Estado	31
2.4.2	Industrias Participantes por Sector	32
2.5	Análisis Económico de las Empresas Exportadoras de Muebles Rústicos más Representativas	35
2.5.1	Selección de Empresas más Representativas	35
2.5.1.1	Variables Económicas	37
2.5.1.2	Variables Mercadológicas	39
2.5.1.3	Variables Geográficas	42

**CAPITULO III**  
**ANALISIS DE LA INDUSTRIA POBLANA DEL MUEBLE**  
**RUSTICO Y SU PARTICIPACION EN LA ECONOMIA**  
**DEL ESTADO DE PUEBLA**

<b>3.1 Perfil General de las Empresas de Muebles</b> <b>Rústicos Seleccionadas</b>	<b>43</b>
<b>3.2 Análisis y Comparación de la Balanza</b> <b>Comercial de México, Puebla y del Sector</b> <b>Muebles Rústicos</b>	<b>51</b>

**CAPITULO IV**  
**CONCLUSIONES GENERALES DEL ANALISIS**

<b>4.1 Conclusiones Generales</b>	<b>56</b>
-----------------------------------	-----------

**ANEXOS**

**TABLAS**

**GRÁFICAS**

**CATALOGO**

**BIBLIOGRAFIA**

## **OBJETIVO**

El objetivo del presente análisis se centra en la identificación y evaluación del grado de participación que tienen en la economía del Estado de Puebla las exportaciones de muebles rústicos realizadas por las empresas más representativas en éste ramo.

Para tal efecto se realizará un estudio del comportamiento observado en los últimos 5 años, de las variables: económicas, geográficas y mercadológicas relacionadas con ésta actividad.

Para determinar así, el nivel de importancia que ésta actividad representa tanto en el desarrollo industrial como en el crecimiento económico del estado.

## **OBJETIVOS ESPECIFICOS**

- 1.** Determinar el número de empresas exportadoras de muebles rústicos más representativas en términos de: Número de empleados, valor en activos fijos, ventas netas y capital social.
- 2.** Ubicar el área geográfica en que se sitúan las empresas exportadoras de muebles rústicos más representativas para determinar la importancia que esto representa.
- 3.** Identificar las variables mercadológicas utilizadas por las empresas en estudio; en términos de promoción y distribución.
- 4.** Analizar las estrategias de distribución utilizadas para los productos de las empresas en estudio.

## **HIPÓTESIS**

A través del desarrollo del presente análisis se comprobará: Qué tan significativas son las exportaciones de Muebles Rústicos para la economía del Estado de Puebla.

## **ALCANCES Y LIMITACIONES**

Este análisis tendrá como única finalidad la obtención de conclusiones sobre el desarrollo de las exportaciones de muebles rústicos objeto de este estudio basándose en las variables ya mencionadas con las fuentes de datos indicadas.

De igual forma, las conclusiones elaboradas se limitan a determinar y analizar las variables antes mencionadas de manera individual o en su conjunto.

## **PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

En la actualidad existe un acelerado crecimiento de las empresas exportadoras de muebles rústicos en el Estado de Puebla, ya que éstas buscan cada vez más mantener una posición superior con respecto a sus competidores, lograr su consolidación y aumentar su crecimiento y desarrollo. Por esto es de vital importancia realizar un análisis basado en cómo éstas empresas han logrado colocarse en el lugar que tan merecidamente ocupan.

La mayoría de las empresas objeto de nuestro estudio, que han logrado situarse en ésta posición, lo han hecho debido a que cuentan con una enorme visión a futuro y han asumido el reto de transformar sus esquemas antiguos de trabajo, por los sistemas de vanguardia en técnicas y procesos, ya que esto representa una alternativa de crecimiento bastante atractiva para las mismas.

Es por eso, que bajo éstas medidas las empresas exportadoras de muebles rústicos contribuyen a la transformación del déficit a un superávit de la Balanza Comercial del Estado de Puebla.

## **INTRODUCCIÓN GENERAL**

**Debido a los cambios económicos que se presentan en nuestro país, debido a la apertura de fronteras comerciales con potencias altamente industrializadas, es imprescindible que las empresas mexicanas se enfoquen hacia un crecimiento global que garantice su competitividad.**

**Así también, es necesario analizar los nichos de mercado nacionales e internacionales en que la Industria Mexicana puede ser competente, para poder lograr así un verdadero crecimiento económico.**

**El presente análisis se realiza con el fin de que todo aquél interesado en incursionar en el sector económico de la exportación de muebles rústicos tome éste estudio como base para contar con un mayor conocimiento del nivel de importancia que esta actividad representa para el Estado de Puebla.**

## **CAPITULO I**

# **HISTORIA Y EVOLUCIÓN DEL MUEBLE Y SUS DIFERENTES ESTILOS**

### **1.1 Introducción al Estudio del Mueble**

Para realizar un estudio detallado de la industria del mueble y sus diferentes estilos, como lo es el mueble rústico, es necesario analizar la historia de este sector desde sus inicios hasta nuestra época y conocer él por que es tan necesario en la vida cotidiana del hombre.

#### **1.1.2 El mueble como necesidad**

Como todos los productos que han acompañado la evolución y el desarrollo del hombre, el mueble tiene un por qué en su creación.

Desde tiempos inmemorables, este ocupa un lugar muy importante en la vida del hombre. Los egipcios tenían la concepción de conservar los cuerpos y el alma del cadáver rodeado de todos los objetos que le fueron útiles en su vida, en unas cámaras que resultaron ideales para la conservación de la madera, material preferido por el hombre para el mueble desde sus inicios.

El mueble en muchas civilizaciones estaba destinado a las clases privilegiadas, ya que según estudios que se han realizado concluyen que no existían estos objetos para el uso del pueblo. Y una de las razones era que antes los pueblos eran primitivos y nómadas, su modo de vivir era una especie de campamento incesante que les impedía usar muebles. Además la gente pobre de todos los tiempos ha usado, naturalmente, mucho menos muebles que los ricos del mismos país y época.

Los muebles más esenciales, es decir, las sillas, los cofres, las mesas y las camas se han hecho para la gente más acaudalada durante miles de años, y en sus cambiantes estilos se puede leer casi una historia de los cambios operados en la manera de vivir y pensar de la gente.

Desde mucho antes de que la Reina de Saba<sup>1</sup> llevara suntuosos muebles de su país, como regalo al Rey Salomón, hasta los tiempos actuales, los hombres han estado elaborando muebles para satisfacer sus necesidades, dentro del ritmo que estas mismas cambiaban.

Es así como podemos determinar la existencia de este producto: por la necesidad del hombre de hacerse la vida más cómoda.

Los antiguos ebanistas como se llama a los que elaboraban muebles finos, conocían casi todas las formas de trabajar los materiales que su artesanía requiere. En los restos de las tumbas de las diferentes civilizaciones se han localizado ejemplos de este tipo de artesanías, como: sillas de armadura, sillas de tijera de respaldo, taburetes, camas, arcones sobre 4 patas altas, sofás, mesas, y cabeceras, todo ello con espléndidas incrustaciones de marfil, vidrio coloreado o metales preciosos. A menudo la madera está tallada, formando hermosos dibujos. Existen sillas cuyos altos respaldos están adornados con una cabeza de esfinge o de divinidades con cabeza de animal, y cuyas patas terminan en garra de león que aferra una bola.

Existen también mesas de tres patas, de uso probablemente religioso. Muchos de estos muebles se hicieron, asimismo, de oro, plata ó de madera cubiertas de laminas de oro.

Los muebles de Asiria y Caldea<sup>2</sup> tenían gran semejanza con los egipcios en cuanto a rigidez de formas y también por las partes cuadrangulares terminadas en garras, con la diferencia de que estos indicaban un mayor grado de lujo.

Así fue como fueron apareciendo los muebles en la historia, sin embargo hubo que esperar aún algún tiempo para la aparición del mueble griego, ya que en algunos aspectos, esta civilización tuvo que empezar virtualmente de nuevo, del otro lado del mediterráneo, y los griegos, más bien que los egipcios, fueron los precursores del tipo de vida que prevalece en nuestros días, tanto en Europa como en América.

<sup>1</sup> Saba. Antigua ciudad de Arabia, cuya reina, Balkis hizo una visita famosa al Rey Salomón. Actualmente se llama Sheba Mareb. Gran Diccionario Enciclopédico Visual, Tomo III Pag. 1082.

<sup>2</sup> Asiria y Caldea. Regiones de Asia que comprendían la parte media de la cuenca del Tigris. Formaron parte de la monarquía babilónica desde el siglo XVI a. C, lograron independizarse y sus reyes dominaron el resto de Asia y Egipto. Gran Diccionario Enciclopédico Visual, Tomo I Pag. 112.

En los tiempos primitivos de que habla Homero en sus poemas, hasta los reyes solían vivir en casas toscas, de una sola habitación, donde la cama era una rústica piel o ásperas mantas de confección casera.

Hasta mucho después, cuando los hombres de Grecia se desbastaban en cruentas guerras o debatiendo de política en la plaza del mercado, pensaban poco en el hogar, donde estaban sus mujeres y sus hijos. Los espartanos por su parte siguieron viviendo con la misma sencillez y severidad, cuando los demás griegos habían empezado a adornar sus moradas con refinados muebles.

La época de mayor esplendor de los hogares griegos llegó después del periodo más religioso de Grecia, con Alejandro Magno en el siglo IV a.C. el cual condujo a su triunfante ejército, a través del Oriente hasta la lejana India. En estos países orientales sobre todo en Persia con su antigua cultura y su magnificencia, los invasores hallaron tanta riqueza de color, espacio y belleza, que volvieron a sus países reclamando casas semejantes para ellos.

Fue entonces cuando los griegos empezaron a construir moradas de muchas habitaciones, destinadas a recibir visitas, cocinar, dormir y comer. Reservaron aposentos a las mujeres de la casa, a los criados y a los huéspedes. Esos cuartos estaban amueblados con esplendidez y con lujo, pero los griegos con su amor a la belleza y su exquisito gusto no querían que su mobiliario fuese macizo y llamativamente bárbaro, como las cosas que habían visto en el Oriente en su lugar, lo hicieron majestuosamente bello como los templos helenos que maravillan aún al mundo contemporáneo.

Al entrar a una hermosa casa Griega, uno se encontraba, ante todo, en un aposento de lujo, ahí figuraba el mueble más importante de la casa, el THRONOS, una especie de asiento privado reservado par el dueño de la casa. Este, estaba elaborado en madera exquisitamente tallada y, por lo general, tan alto que su ocupante tenía que trepar a él valiéndose de un taburete, este aposento de recibo llevaba a una enorme sala, adornada con buen gusto en los sofá, escabeles para los pies, mesas, estatuillas y muchos asientos livianos plegadizos.

Frente a esta sala, con sus columnatas, se encontraban los dormitorios, y si se entraba a ellos, se descubría que las camas tenían colchones de plumas y almohadas, con fina ropa de cama y revestidos, probablemente, de tela de rico color. En la casa abundaban los cofres de patas altas o bajas, en los cuales se apreciaban pintadas escenas de fiestas, de caza o de guerra.

El Klismos era una silla de respaldo redondeado hacia atrás, en forma de lira, sumamente cómoda y acogedora. El Kliné era un lecho de reposo, de cuatro patas y largueros horizontales.

El Difros era un asiento con respaldo, con cuatro patas cilíndricas, las mesas eran de poca altura en su mayoría; estos muebles podían ser de cualquiera de las maderas que también conocieron los egipcios: arce, boj, ciprés, roble o ébano.

## **1.2 Diferentes Estilos de Muebles**

### **1.2.1 Evolución del Mueble**

Conforme fueron pasando los años, desfilaron muchas civilizaciones con diferentes culturas, diferentes ideologías y formas de vivir, todo esto hizo que el mueble evolucionara día a día apareciendo así diferentes estilos.

Las características fundamentales de este objeto se han ido perfeccionando y, a la vez, adaptándose a las necesidades cambiantes con el paso de los años, siempre en una estrecha relación con la existencia del hombre.

Entre los estilos más marcados encontramos el del Renacimiento que a su vez varía ligeramente según determinadas épocas. En la Primera etapa de este periodo que comprende todo el siglo XIV y casi todo el XV aparecieron muchos muebles de nuevo diseño, destacando en este periodo los muebles de Brunelleschi y Ghilberti.

En la segunda etapa, comprendida entre el final del siglo XV a finales del XVI, cuando llegó el momento más glorioso del Renacimiento, brillaron los diseños de Leonardo, Rafael y Miguel Ángel, muebles severos y bien proporcionados. Se crean muchos muebles nuevos; prácticamente todos los que siguen utilizándose en nuestros días, como lo son el gabinete, el trinchero, las mesas octagonales, etc.

La última etapa del Renacimiento abarcó desde los últimos años del siglo XVI hasta casi mediados del XVII, esta se caracteriza por un empleo exagerado de los elementos arquitectónicos y escultóricos, con gran profusión de tallas; el arca desapareció al ser sustituida por armarios de complicada labor ornamental.

Durante este periodo se formaron en Italia tres escuelas o corrientes que orientaron la fabricación de muebles, dichas escuelas son:

**LA VENECIANA.** Notable por la abundancia de incrustaciones de madera, concha y marfil así como por sus pinturas.

**LA FLORENTINA.** De muebles importantes de severa línea, hechos de una sola madera, sin incrustaciones o con muy pocas.

**LA ROMANA.** Más ostentosa, con gran influencia de la arquitectura y de la escultura, que usaba casi exclusivamente madera de nogal, dejando en las muebles grandes superficies tapizadas de cuero repujado o de terciopelo.

A principios del siglo XVI, el Renacimiento se extiende por Europa, principalmente por Francia, Alemania, Inglaterra, Países Bajos, España y Portugal. En esta etapa surge en España el estilo plateresco, denominado así por su similitud con el trabajo repujado en plata, pero pronto existe una reacción hacia la sobriedad en el adorno y la severidad en las líneas, y se construye el Escorial, (Estilo basado en la explotación de imágenes a través de líneas) de estilo Grecorromano. Llega mas tarde el Barroco y hacia mediados del siglo XVIII se desborda nuevamente la tendencia al adorno exagerado y churrigueresco, que si bien no se utilizó mucho en España, cruza el océano y se asienta en el Nuevo Mundo.

Mientras tanto en Inglaterra se suaviza la aspereza del Renacimiento, las piezas eran menos macizas y más pulcramente ornamentadas. Los bulbos de las patas de las mesas y sillas se volvieron más pequeños y armoniosos, esta constituía una de las características del estilo denominado Jacobino.

Después surge en Italia hacia fines del siglo XVI, el estilo Barroco. Cuyo creador fue probablemente el arquitecto napolitano Bernini, este estilo se extendió por Francia, Países Bajos, Inglaterra, Alemania, Austria, España, Portugal, América Latina. A lo largo de todo el siglo XVII, brilla este estilo que sustituye la delicada y discreta talla del renacimiento por una labor más complicada y profusa.

Luis XIV hace suyo este estilo y llena los imponentes palacios de Louvre, de Versalles y de Fontaine Bleau de obras de arte barroco.

A la muerte de Luis XIV surge el estilo llamado Regencia, de líneas más ligeras y frívolas que en realidad fue una transición entre el recargado, pero no exento de belleza barroco de Luis XIV y el Rococo de Luis XV, el cual consistía en un verdadero desbordamiento de ornamentación y de dorado, siendo este un estilo rebuscado y decadente.

Con Luis XVI se volvieron a amueblar los palacios junto con obras de ebanistería de diseño más sencillo, casi severo, exquisitamente acabado, de finas proporciones y delicado adorno. Las patas de las sillas y mesas son esbeltas, ahusadas y acanaladas, la tapicería de delicados tonos color pastel; los tallados e incrustaciones, graciosas guirnalda atadas con lazos de cintas. Por tanto, el estilo Luis XVI es refinado y sereno.

### **1.3 El Mueble Rústico**

La tendencia del mueble rústico moderno, no se basó en la creación de corrientes nuevas, si no en la innovación de los estilos ya existentes, como lo fueron los diseños procedentes de las escuelas Italianas de los siglos XIV al XIX. Manteniendo especial cuidado en todos los detalles que dieron especial distinción a estos estilos.

"El mueble rústico moderno esta elaborado con una combinación de maderas nuevas de pino y autenticas maderas antiguas y apolilladas, mismas que para lograr su máxima durabilidad y resistencia son sometidas a un especial tratamiento para evitar el desarrollo de polilla; tratamiento el cual es completamente inofensivo para el ser humano"<sup>3</sup>

<sup>3</sup> Banco Nacional de Comercio Exterior; Oportunidades de Negocios para la industria del mueble, Pág.3 México 1997.

Los fabricantes de muebles rústicos modernos preocupados por conocer el tipo, estilo y gusto de los productos que se requieren y que están de moda en los mercados internacionales, se han estado capacitando de manera eficiente para elaborar diseños propios que identifiquen los productos como *Mueble Rústico Mexicano*, logrando con esto un posicionamiento internacional llamado **Marca País**<sup>4</sup>. Por esto la tendencia en mueble rústico moderno es la de imitar los muebles rústicos mexicanos, ya que son estos quienes están a la vanguardia en los mercados internacionales.

De esta forma el mueble rústico moderno a marcado dos tendencias, una basada en la exclusividad y buen gusto en sus diseños y otra que aplica la imitación de diseños publicados en revistas y catálogos internacionales<sup>5</sup>.

Dentro de la tendencia de la exclusividad y buen gusto, las empresas exportadoras de muebles rústicos diferencian sus productos basándose en el concepto *Producto-Utilidad*, creando así un aspecto personalizado en sus productos, con la utilización de notables distintivos para la denominación de sus colecciones.

Ejemplo de esto son las colecciones de una de las empresas más representativas del estado de Puebla, la cual utiliza el nombre de MEXICO para distinguir a uno de sus modelos de Sala Tapizada en Algodón, misma que se acompaña de otro modelo denominado TLAQUEPAQUE, que en realidad representa a una minicantina con mesa de Baúl al centro además y los TRONCOS que en realidad son bancos para la cantina<sup>6</sup>.

Los muebles rústicos modernos son presentados en combinación con artesanías mexicanas mismas que también son comercializadas, con lo que se logra así la exportación de un producto integral constituyendo de esta forma un concepto de decoración 100 % mexicana.

---

<sup>4</sup> Cuarto congreso de Comercio Internacional; ITESM, La óptica Latina de los Negocios Internacionales, M. Ochipinti.

<sup>5</sup> Banco Nacional de Comercio Exterior; Oportunidades de Negocios para la industria del mueble, Pág.14 México 1997.

<sup>6</sup> Ver catalogo al final del documento

## 1.2 Conclusiones

Como podemos notar, el mueble surge como una herramienta para hacer más placentera la vida del hombre, presentando así en su evolución, una marcada tendencia a satisfacer las cambiantes necesidades de la vida cotidiana; por tanto es posible determinar, que el mueble constituye y constituirá un punto clave en el desarrollo y crecimiento de las sociedades de todos los tiempos; como se denota en las diferentes tendencias y estilos que cada época y país ha adoptado.

Como ejemplo de esto puede mencionarse el mercado de la Unión Europea, en el cual los diferentes tipos de empresas exportadoras de muebles rústicos diferencian sus productos de acuerdo con el nicho de mercado al cual van dirigidos; dándose así que en el norte de Europa los muebles tienden a ser de acabado más fino y delicado dado que estos países cuentan con espacios más reducidos en sus áreas habitacionales, y en contraste, en los países del sur, en donde la cultura habitacional permite contar con mayores espacios en la distribución de los muebles; es posible manejar líneas de muebles menos refinadas y con acabados de mayor volumen.

Es así como, se comprueba que la evolución que experimento el mueble rústico mantiene una relación directa con los cambios presentados en sus demandas.

## **CAPITULO II AMBITO Y DESARROLLO DE LA INDUSTRIA DEL MUEBLE RUSTICO**

### **2.1 Panorama General**

#### **2.1.1 Introducción al análisis económico**

Según la teoría de Adam Smith, un país que comercia a escala internacional debe especializarse en producir bienes en los que tenga ventaja absoluta, es decir, los que produce con menores costos que el resto de los países. El país exportaría parte de estos bienes para financiar las importaciones de otros que los demás producen con menores costos. La obra de Smith representa el punto de partida de la escuela clásica del pensamiento económico.

Medio siglo más tarde, el economista inglés David Ricardo mejora esta teoría del Comercio Internacional. La teoría de Ricardo que sigue siendo aceptada por casi todos los economistas actuales, subraya la importancia del principio de la ventaja comparativa. A partir de este, se deduce que un país puede mejorar ganancias si comercia con el resto de los países aunque todos los demás produzcan con menores costos. De esta manera, "se conoce como ventaja comparativa a la ventaja que tiene un país cuando puede producir un producto a menor costo en comparación con otro país, en términos de otros bienes"<sup>7</sup>, si cada país se especializa en la producción de los bienes y servicios en los que tiene ventaja comparativa, el resultado es un mayor nivel de producción mundial y mayor riqueza para todos los estados que comercian entre sí.

A demás de esta ventaja fundamental, existen otras ganancias económicas derivadas del Comercio Internacional, el cual aumenta la producción mundial y hace que los recursos se asignen de manera más eficiente, lo que permite a los países (y por tanto a los individuos) una amplia gama de bienes. Todos los países tienen una dotación limitada de recursos naturales, pero todos pueden producir y consumir más si se especializan y comercian entre ellos. Como se ha señalado, la aparición del comercio internacional aumenta el número de mercado potenciales en los que un país puede vender los bienes que produce.

---

<sup>7</sup> Ventaja Comparativa.- Fundamentos de Economía; Karl E. Case, Pag. 976 Editorial Prentice Hall I.

La mayor demanda internacional de bienes y servicios se traduce en un incremento de la producción y en el uso más eficiente de las materias primas y del trabajo, lo que a su vez aumenta el nivel de empleo de un país. La competencia derivada del comercio internacional también obliga a las empresas nacionales a producir con mayor eficiencia y a modernizarse a través de la innovación.

La importancia del comercio internacional varía en función de cada economía nacional. Ciertos países sólo exportan bienes con el fin de aumentar su mercado nacional o para ayudar en el aspecto económico a algunos sectores deprimidos de su economía. Otros dependen del comercio internacional para lograr divisas y bienes para satisfacer la demanda interior. Durante los últimos años se considera al comercio internacional como un medio para fomentar el crecimiento de una determinada economía; los países menos desarrollados y las organizaciones internacionales están fomentando cada vez más este patrón de comercio.

Durante el siglo XX, el comercio ha crecido hasta el grado que este se constituye en el punto más importante de la economía mundial. Se cree que la creciente interdependencia entre países continuará en el futuro, aunque debido a la tendencia de crear bloques económicos regionales, ciertos países serán más dependientes que otros.

## **2.2 Entorno de la Industria del Mueble Rústico**

### **2.2.1. Visión global de la Industria del Mueble Rústico**

“En el ámbito internacional, la Industria del Mueble Rústico muestra una tendencia de operaciones basada en una mayor concentración, especialización, y una creciente integración entre empresas la cual se denota, a través de aspectos importantes que son en primera instancia, la consolidación de empresas para obtener ventajas de escala en la compra de materias primas, fabricación de nuevos productos y distribución de los mismos, y por otra parte la especialización de empresas pequeñas en la fabricación de componentes altamente diferenciados para que puedan convertirse en proveedores de empresas grandes.

Otra estrategia importante constituye la integración y consolidación de las empresas pequeñas a fin de conformar comercializadoras que se enfoquen a los mercados de exportación tomando como base innovaciones tecnológicas que busquen procesos más sencillos, menos costosos y con una mayor automatización en los mismos.

Finalmente las empresas exportadoras de muebles rústicos manifiestan una constante preocupación por obtener una mayor capacitación en normas, estándares y control de calidad requeridos en los mercados de exportación; ejemplos de estas normas y estándares de calidad, son el (ANSI e ISO)<sup>8</sup>.

En términos de consumo de muebles rústicos encontramos que el principal consumidor de muebles a escala individual y dentro de los países de la OCDE, es Estados Unidos, quien consume cerca de 41 mil millones de dólares promedio anual.

El consumo conjunto de estos países industrializados alcanza los 131.4 millones de dólares, por lo que los Estados Unidos suman el 31% de éste.<sup>9</sup>

En cuanto a los diferentes productores de Muebles entre los más importantes se encuentran:

- a) Estados Unidos cuenta con una Industria mueblera altamente desarrollada. Sus productos tienen una orientación funcional, lograda mediante maquinaria con tecnología de punta.
- b) El sur de Europa dentro de esta industria se presenta una orientación más Artística en diseño y la existencia de un número mayor de empresas de menor tamaño.
- c) México el cual cuenta con una Industria mueblera medianamente desarrollada y sus productos tienen una orientación artesanal (intensiva en mano de obra) y de bajo volumen.

La Industria del Mueble a escala mundial se encuentra segmentada por tipo de Producto, siendo los muebles para el hogar los más importantes".<sup>10</sup>

<sup>8</sup> Ver Anexos 1, 2 ¿Qué son las certificaciones ANSI e ISO?

<sup>9</sup> Ver Gráfica 1: Principales Consumidores de Muebles Rústicos Mexicanos en el Mundo

<sup>10</sup> Industria del Mueble y del Regalo; BANCOMEXT, pagina web <http://mexico.businessline.gob.mx>

### **2.2.1.1 Características del sector muebles rústicos**

La industria del mueble rústico en México está considerada como una industria de tradición familiar, relativamente joven, con mucha resistencia al cambio y estilo predominantemente artesanal, sin embargo, para mantenerse en el mercado nacional y estar en posibilidades de competir con el mercado internacional, el sector ha requerido adaptar sus procesos y su mentalidad a partir de la apertura comercial, donde la fuerte competencia con los muebles importados provocó que, en promedio, las empresas utilizaran su capacidad instalada en menor medida y que, aunado a la caída del mercado doméstico, ha impulsado a que las empresas busquen una oportunidad en el mercado internacional.

### **2.2.1.2 Distribución Geográfica del Sector Muebles Rústicos**

Las entidades federativas donde se concentran los principales fabricantes de muebles de madera y metal son el distrito Federal, Ciudad de México, Jalisco, Baja California Norte, Chihuahua, Nuevo León, Aguascalientes, Sonora y Durango.

Del total de las empresas formalmente establecidas, el 74.5 % correspondió a empresas fabricantes de muebles de madera y el resto a empresas fabricantes de muebles de metal.

La industria maquiladora cuenta con 224 empresas (17.3 % de las empresas exportadoras y que representa el 5 % del total de empresas maquiladoras del país y se localizan en 12 entidades del país (7 fronterizas), siendo Baja California donde se encuentran más de 100 plantas (45.6 % del total).

### **2.2.1.3 Principales Insumos Utilizados en el Sector Muebles**

Recientemente se ha incrementado la importación de madera de pino, debido a que la producción nacional es cada vez más escasa por lo que se busca la concesión de bosques susceptibles de ser plantaciones comerciales certificables, a fin de estar en posibilidades de vender muebles de madera proveniente de bosques controlados, requisito indispensable a partir de año 2000 en Europa para la importación de derivados de madera (ISO 14000)<sup>11</sup>.

<sup>11</sup> Ver anexo 3 ; Certificación ISO 14000

Como materias primas auxiliares empleadas en la fabricación de muebles rústicos se tienen principalmente herrajes, barnices, mimbre, bejuco, textiles, plástico, metal, alambre, pinturas y adhesivos.

Dentro de las fortalezas del sector muebles rústicos encontramos una amplia gama de productos de diferentes materiales, calidades, tamaños y precios, si como también la disponibilidad de ciertas materias primas, mano de obra artesanal de lata creatividad e ingenio y la adaptabilidad para el desarrollo de productos de artesanía moderna, en base a técnicas formalmente aprendidas.

#### **2.2.1.4 Exportaciones del Sector de Muebles Rústicos**

Durante el periodo 1994 a 1997 las exportaciones de muebles rústicos mostraron una tasa de crecimiento media anual del 29.3%. En 1997, las ventas al exterior de muebles mexicanos registraron avances significativos, al alcanzar ventas por 1635 millones de dólares, cifra 24.7% superior a la alcanzada en 1996.

Cabe destacar el incremento en la participación de las empresas no maquiladoras en el total exportado, ya que en 1991 esta industria contribuía con el 19%, en 1995 cubrían el 35% y ya para 1997 alcanzaban el 44.8%.

Tradicionalmente la industria maquiladora contribuía con un alto porcentaje de las exportaciones totales; habiendo participado, hasta 1994 con el 71%. Del total del sector y de hecho era quien permitía un saldo positivo. Sin embargo esta participación se reduce debido a que las exportaciones de la industria no- maquiladora crecieron a una tasa media anual de 43%, mientras que la maquiladora lo ha hecho al 19%.

Estados Unidos como país individual, representa el principal consumidor e importador de muebles rústicos en el ámbito mundial, por lo tanto significa el mercado más atractivo para los productos mexicanos, ya que presenta un crecimiento estable en el cual México ha logrado una buena participación, aunque recientemente se ha visto desplazada por países asiáticos (como China, Taiwan, Indonesia y Malasia). A este mercado se destino durante 1997 alrededor del 77.4% de nuestras ventas de muebles rústicos.

### **2.2.2 Actividad Exportadora del Sector Muebles Rústicos**

La exportación representa un negocio muy importante para las empresas; es importante señalar que ésta actividad es desarrollada de igual manera por grandes, pequeñas y micro empresas. Las empresas que han iniciado operaciones en el ámbito de la exportación han experimentado un aumento gradual en su nivel de calidad y nivel de producción.

Estas exportaciones si bien han sido muy importantes en los planos de desarrollo de las empresas, no han estado libres de contratiempos y problemas, tales como la falta de apoyos, calidad y dificultad para la realización de importaciones temporales de materia prima, etc. Además del desconocimiento de los mercados extranjeros al momento de exportar.

Las empresas que no llevan a cabo actividades de exportación, manifiestan como principales obstáculos: falta de capacidad instalada, carencia de financiamiento, trámites oficiales excesivos y falta de rentabilidad.

Las empresas muebleras que tienen como mínimos cinco años realizando ésta actividad indican que se han mantenido en el mercado extranjero por las ventajas competitivas de su producto, las cuales son: calidad, precio, diseño y distribución del producto. Los países a los que principalmente exportan las empresas productoras de muebles rústicos son: Estados Unidos, Francia, Inglaterra, Suecia, España, Alemania, Australia y Canadá.

Los empresarios muebleros ven muy positiva la demanda del mercado extranjero hacia el mueble artesanal mexicano, incluso sienten que es más segura que la demanda nacional.

El gobierno de cualquier país tiene como deber principal el de servir al pueblo, ya que por eso y para eso fue creado. El pueblo tiene el derecho de exigir a sus gobernantes que todas las actividades que éste desarrolle vayan encaminadas con un fin común y en beneficio de las personas que integran la comunidad.

Para que un país pueda crecer en todos los ámbitos se requiere de la colaboración pueblo-gobierno; es así como en México el desarrollo de la nación no lo deciden unos cuantos, sino que participan diferentes asociaciones, grupos, cámaras y demás organismos públicos y privados para la consolidación de actividades de suma importancia para la misma.

Entre las tareas del gobierno está la de apoyar el crecimiento y desarrollo de la economía del país en el ámbito nacional e internacional, para eso cada gobierno propone diferentes vías de acción de acuerdo a las circunstancias que se viven en cada etapa de la Historia.

En México se ha notado un estancamiento en los rubros económico, educativo y financiero, principalmente. El objetivo del actual gobierno es entre nosotros, el de emprender, en forma concentrada, un amplio y profundo proceso de cambio y renovación de la vida nacional.

Se han dejado atrás temores injustificados sobre nuestra capacidad para competir en el mundo y se ha reafirmado, no en el aislamiento, sino en la cotidiana convivencia con otros países, la soberanía nacional y nuestra entidad cultural.

La creación de una Zona de libre comercio entre México, Estados Unidos y Canadá, constituye una estrategia más para apoyar el proceso de modernización económica del país. Es una estrategia que satisface las exigencias internas del desarrollo del país y responde a la nueva realidad internacional.

Es importante destacar que la existencia de un mercado sin competencia externa desalienta la creatividad empresarial y la competitividad, además de que crea un monopolio donde el consumidor no puede exigir ni precio ni calidad.

Esto fue lo que sucedió en México: la calidad de los bienes no correspondía al precio y, por lo mismo, era imposible colocarlos en el mercado mundial. El consumidor nacional era un cautivo de esa política y tenía que subsidiar buena parte de la ineficiencia productiva. Es por esto que surge el Tratado de Libre Comercio entre Estados Unidos, Canadá y México.

### **2.2.2.1 Preferencias Arancelarias**

En general, los muebles rústicos que se comercializan en los principales mercados importadores no están sujetos al cumplimiento oficial de alguna norma técnica de fabricación o de calidad. Lo anterior se aplica tanto para los muebles rústicos que son fabricados domésticamente como para aquellos de importación.

No obstante, existen normas técnicas de fabricación y de calidad que son establecidas por instituciones o asociaciones privadas, estos aspectos fueron mencionados anteriormente. Si bien este tipo de normas en la mayoría de los casos son de cumplimiento "voluntario", es importante que los fabricantes de los diversos tipos de muebles rústicos adopten sus productos a las especificaciones que se establezcan en cada mercado.

Es conveniente tener en cuenta algunas disposiciones y normas que se aplican para algunos tipos de muebles rústicos, según el material con que estén fabricados.

Un aspecto de gran importancia para el exportador de muebles es conocer el nivel de arancel que tienen que pagar sus productos en la aduana del país importador, con base en las fracciones arancelarias específicas que identifiquen a sus productos. Igualmente importante es que el exportador conozca las posibles preferencias arancelarias que puede aprovechar.

Durante los últimos años, las exportaciones de muebles rústicos mexicanos han tenido como destino más de 40 países. No obstante, se ha observado que Estados Unidos se constituye como el principal mercado demandante de muebles provenientes de nuestro país, al absorber más del 80% de las exportaciones, de los principales tipos de muebles exportados por México<sup>12</sup>.

En este contexto se considera que el TLCAN puede significar para el fabricante y exportador mexicano de muebles rústicos una buena oportunidad para participar o incrementar su posición en los mercados estadounidense y canadiense. Esto se debe a los siguientes aspectos: En primer lugar se encuentra el alto grado de conocimiento del mercado potencial para los exportadores de muebles rústicos mismos que se caracterizan por la gran concentración de comunidades de similitud cultural.

Para el fabricante de muebles rústicos en México se obtuvieron aspectos positivos en las negociaciones del TLCAN en materia arancelaria. Particularmente con Estados Unidos se establecieron condiciones favorables, que permiten a la industria mueblera mexicana un acceso en mejores términos. Dicho país aplico a la importación de muebles mexicanos de madera, una categoría de desgravación arancelaria tipo "A"<sup>13</sup>. Lo que significa que los muebles que cumplan con lo establecido en la regla de origen correspondiente puedan ingresar libres de arancel en eses mercado.

<sup>12</sup> Ver Tabla 1; Balanza Comercial por principales Mercados; Sector Muebles Rústicos 1998.

<sup>13</sup> Oportunidades de negocios para la industria del mueble; Págs. 32, 33, 34 ; BANCOMEXT 1997.

Canadá por su parte establece en forma más conservadora un período de desgravación arancelaria para muebles provenientes de México. Mencionando como ejemplo los muebles destinados a la cocina, los cuales cuentan con un periodo de desgravación de 5 años.

La Unión Europea representa otro importante mercado para los exportadores de muebles rústicos, especialmente si aprovechan las preferencias arancelarias establecidas para este tipo de producto en esa región.

En los países de la Unión Europea también existen esquemas preferenciales a la importación de muebles procedentes de nuestro país, al ser considerado nación en desarrollo. Las exportaciones de países en vías de desarrollo pueden ingresar a la Unión Europea recibiendo el trato especial establecido en su Sistema Generalizado de Preferencias (SGP)<sup>14</sup>.

Para obtener por este derecho, la preferencia arancelaria estará condicionada a la presentación ante las autoridades aduaneras de la Unión Europea de un certificado de origen, el cual deberá ser sellado por la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial de México (SECOFI)<sup>15</sup>.

Como en otros países que cuentan con esquemas preferenciales similares, en la Unión Europea también existen límites máximos para las importaciones que se realizan al amparo del programa preferencial. Si las importaciones preferenciadas superan éstos límites, los países que conforman éste mercado pueden solicitar que se establezcan los aranceles normales a la importación de éstos productos.

De lo anterior se deriva que las importaciones de muebles rústicos provenientes de México pueden ingresar al mercado europeo con la preferencia arancelaria, si cuando menos un 35% del valor agregado se genera en el país beneficiario. Para ello, es requisito que los exportadores demuestren el contenido nacional mínimo requerido a través de la presentación del certificado de origen correspondiente.

---

<sup>14</sup> SECOFI, Dirección General de Servicios al Comercio Exterior, 1998  
SGP.- Sistema Generalizado de Preferencias

<sup>15</sup> Ver Anexo 4, Certificados SGP

### **2.2.2.2 Influencia del Tratado de Libre Comercio en la Industria del Mueble Rústico**

Con el TLC se busca promover la competitividad del aparato productivo del sector muebles rústicos para atraer nuevas inversiones y permitir a nuestros productos competir con éxito en el exterior. Ello se traducirá en la creación de nuevos empleos más productivos y mejor retribuidos, que llevara a un aumento en el bienestar general.

Los objetivos de este Tratado que beneficiaron al sector muebles rústicos son los siguientes:

1. Eliminar barreras comerciales para contrarrestar los obstáculos a los que se enfrentan los productos mexicanos como lo son: procesos de certificación, normas de calidad, normas de sanidad, etc.
2. Promover programas de competencia equitativa para lograr que los productores de este sector se encuentren en igualdad de condiciones en cuanto a sus procesos de producción lo cual se refleja en la calidad de sus productos.
3. Incrementar la captación de inversiones extranjeras en este sector y de esta forma contar con tecnología de punta para que los procesos de elaboración tengan un mayor grado de automatización.
4. Brindar la protección precisa a los derechos de propiedad intelectual para asegurar la identificación de los muebles rústicos como producto marca-país mexicano y de esta forma evitar que otros países plagien e imiten los diseños exclusivos de los mismos.
5. Implantar procedimientos efectivos para la aplicación del tratado y la solución de controversias, para este efecto los productores de muebles rústicos cuentan con el apoyo de SECOFI y la SHCP, las cuales, son las responsables de cuidar el correcto desempeño de sus operaciones.

Los productores de muebles rústicos lograran estos objetivos mediante el cumplimiento de los principios y reglas del tratado, como las de trato nacional, trato de nación mas favorecida y transparencia de los procedimientos.

Con el TLC los productores de muebles rústicos son beneficiados debido a la eliminación gradual de las tasas arancelarias sobre los bienes que ellos producen. Logrando que al término de este periodo de desgravación arancelaria, que las importaciones de muebles rústicos ingresen a los mercados de América de Norte sin tener que someterse al pago de ningún impuesto al Comercio Exterior.

Así mismo para determinar si los muebles rústicos mexicanos son susceptibles de recibir trato arancelario preferencial, es necesario que estos se sometan a las reglas de origen correspondientes.

Tales reglas de origen disponen que los bienes se consideran originarios de la región cuando se produzca en su totalidad en los países de América del Norte. Los bienes que contengan materiales que no provengan de la zona también se consideran originarios, siempre y cuando los materiales ajenos a la región sean transformados en cualquier país socio del TLC.

Dicha transformación deberá ser suficiente para modificar su clasificación arancelaria, los bienes deberán incorporar un porcentaje específico de contenido regional.

Por tanto, con el propósito de asegurar que solo se otorgue trato arancelario preferencial a los bienes que cumplan con las reglas de origen, y de que los importadores, exportadores y productos de los tres países obtengan certidumbre y simplificación administrativa, el TLC incluye disposiciones en materia aduanera que establece:

- Reglamentos e interpretación congruente de las reglas de origen
- Un certificado de origen uniforme, así como requisitos de certificación y procedimientos a seguir por los importadores y exportadores que reclamen trato arancelario preferencial
- Requisitos comunes para la contabilidad de dichos bienes
- Reglas, tanto para importadores y exportadores como para las autoridades aduaneras, sobre la verificación del origen de los bienes
- Resoluciones previas sobre el origen de los bienes emitidos por la autoridad aduanera del país al que vayan a importarse

Para la importación y exportación de muebles rústicos son necesarios todos los requisitos anteriores así como tener pleno conocimiento de lo que el TLCAN menciona sobre el comercio de bienes, donde nos informa sobre el trato que se da a la industria mueblera de cualquiera de los tres países participantes. El TLCAN incorpora el principio fundamental de trato nacional del GATT<sup>16</sup>. Los bienes importados a un país miembro del TLCAN, de otro de ellos, no serán objeto de discriminación este compromiso se extiende también a las disposiciones provinciales y estatales.

### **2.3 Visión global de las empresas exportadoras de Muebles Rústicos**

Para analizar el entorno de las empresas exportadoras de muebles rústicos debemos analizar primeramente el contexto del mundo actual, dentro del cual podemos denotar que tanto el comercio como la inversión mundial se han incrementado de manera globalizada y que las economías del mundo están siendo cada vez más dependientes; en éste punto, las estrategias nacionales de crecimiento y desarrollo económico deben ser orientadas cada vez más al ámbito internacional, de la misma manera que las empresas mexicanas deben tener una mayor participación en los mercados internacionales para logra así el éxito en sus operaciones.

Es importante anotar que el comercio internacional resulta ser más efectivo, cuando los países adoptan modelos de desarrollo orientados hacia el exterior, evitando así el cierre de sus mercados y una menor dependencia del mercado interno. La estrategia, es ir a los mercados externos, remplazando la fórmula de la sustitución de importaciones en cualquiera de sus modalidades.

Este modelo implica adquirir competitividad para tener acceso a los mercados del exterior con ciertas ventajas, lo cual exige un ajuste estructural y una modernización en los procesos productivos y de exportación y significa así mismo, la instrumentación en forma globalizada de una compleja y amplia gama de mecanismos, políticas y medidas que tienen que concentrarse como camino único hacia el desarrollo que puede alcanzar un país.

El estado de Puebla, tiene mucho que ofrecer en el mercado internacional, por esto las empresas exportadoras de muebles rústicos de la entidad han adoptado una visión globalizada que hace que sus productos sean los más

<sup>16</sup> Ver Anexo 5, General Agreement of Tariffs and Trade.

vendidos en el ámbito mundial, debido a que a partir de 1993 el sector de muebles rústicos experimentó un notable y constante crecimiento en sus operaciones, esto se debió en gran parte a la coordinación entre micro y pequeñas empresas que a su vez establecieron convenios de operación con las empresas pioneras en la exportación de muebles rústicos, formando así los grandes Clusters de Muebles Rústicos.

Ejemplo de este fenómeno se encuentra en el municipio de Chipilo, en el estado de Puebla, en el cual las numerosas empresas familiares firmaron un convenio con las 2 empresas establecidas en este municipio, para proveerlos de insumos y mano de obra, dicho convenio hizo crecer a ambas partes a tal grado que hoy en día este municipio es el principal centro productor de muebles rústicos en el ámbito estatal.

### **2.3.1 Situación del Aparato Comercial de las empresas exportadoras de Muebles Rústicos en el Estado de Puebla**

Dentro de la situación del aparato comercial de las empresas exportadoras de muebles rústicos y específicamente en materia de comercio exterior, podemos encontrar que conjuntamente, el Banco Nacional de Comercio Exterior y el Consejo Nacional de Comercio Exterior; a través de un Convenio establecido para mantener la promoción integral de los productos elaborados en el Estado, en dicha actividad destaca la presencia de las empresas poblanas en ferias nacionales e internacionales, con lo que se ha logrado una mayor diversificación tanto de artículos como de mercados.

En este contexto, se puede citar el notable incremento en las oportunidades comerciales de empresas productoras de muebles rústicos interesadas en incursionar en el ámbito exportador; y para promover esta actividad, se han realizado eventos promocionales, los cuales cuentan con una participación cada vez mayor de empresas exportadoras de muebles rústicos.

Dentro de estos eventos, destacan El Premio Nacional de Exportación y el Sexto Premio Estatal de Exportaciones denominado Premio al Mérito Exportador.

Cabe destacar que en 1998, debido a la realización de eventos internacionales, se incremento el numero de empresas exportadoras de muebles rústicos, contando actualmente con 32 empresas del ramo. Así mismo un aspecto importante es que la mayoría de las empresas gozan de los beneficios de algunos de los programas de apoyo al Comercio Exterior que son brindados por el gobierno federal por conducto de la Secretaria de Comercio y Fomento Industrial, tales programas son:

Programa Altex (altamente exportadoras)<sup>17</sup>; Pitex (Programa de Importación temporal para producir artículos de exportación)<sup>18</sup>; Programa Ecex (Empresa de Comercio Exterior)<sup>19</sup> y el Programa de Maquila de Exportación<sup>20</sup>. Es importante destacar que una empresa exportadora de muebles rústicos puede contar con uno o más registros a estos programas, así pues podemos encontrar una empresa que cuente con el programa Pitex y que a su vez este considerada como una empresa Altex y Ecex.

Las importantes ventajas que han encontrado las empresas exportadoras de muebles rústicos, exigen la necesidad de continuar su impulso como parte fundamental del desarrollo económico del estado de Puebla. Esta exigencia ha requerido la modernización y creación de infraestructura adecuada y de la necesidad de generar mano de obra calificada que permita dotar a la industria de los insumos básicos para su desarrollo, como lo es, personal calificado y competitivo y mejores niveles de ingreso para los poblanos.

De esta manera, podemos afirmar que la industria poblana exportadora de muebles rústicos, está integrada de manera eficiente, que cumple con las exigencias de los mercados internacionales y que se continúa con la integración del sector productivo estatal, organizando las cadenas productivas, logrando con ello la participación creciente y el aprovechamiento de las atractivas ventajas por parte de las unidades de producción locales.

El compromiso asumido por las empresas exportadoras de muebles rústicos, de trabajar intensamente para reducir los rezagos existentes en el área comercial a través del mejoramiento de su infraestructura, presenta importantes avances, destacando, que esta medida no solo es aplicable a las empresas localizadas en el área metropolitana de la ciudad de Puebla, si no

<sup>17</sup> Ver Anexo 6, Programa empresas Altamente Exportadoras

<sup>18</sup> Ver Anexo 7, Programa de Exportación Temporal para Producir Artículos de Exportación.

<sup>19</sup> Ver Anexo 8, Que es una empresa Ecex?

<sup>20</sup> Ver Anexo 9, Que es Maquila de Exportación?

que es aplicada de igual manera a las empresas establecidas en todo el Estado, donde paralelamente se procura cumplir con la tarea de vincular al productor primario con los responsables de las áreas comercial e industria, buscando con esto garantizar la oferta adecuada de bienes tanto a los mercados nacionales como internacionales. Debido a esto, las empresas sujetas al presente análisis obtuvieron mayores beneficios al incrementar sus ventajas y mejorar sus precios.

## **2.4 Introducción a la economía del Estado de Puebla**

Al inicio del presente análisis sobre la economía del Estado de Puebla, realizaremos un breve recuento de los cambios que sufrió el Estado durante el periodo comprendido entre 1994 y 1998, para así determinar el grado de crecimiento y desarrollo económico que Puebla ha experimentado en los últimos 4 años.

Así pues, y basándose en lo mencionado por el ejecutivo estatal, Lic. Manuel Bartlett Díaz en su sexto informe de gobierno celebrado en la ciudad de Puebla se encontraron los siguientes puntos relevantes:

“En el primer trimestre de 1994 y durante 1995, el Estado de Puebla se ubicaba en el séptimo lugar en el ámbito nacional de acuerdo con su contribución al Producto Interno Bruto, y con relación a su ingreso per cápita ocupaba uno de los últimos 5 lugares del país y más del 70 por ciento de la población económicamente activa recibía menos de dos salarios mínimos.

Los rezagos en infraestructura y servicios eran notorios; se tenía un importante atraso contra el promedio del país, en los siguientes aspectos: energía eléctrica, carreteras e infraestructura telefónica.

Las mayores empresas de la Entidad representaban el 1 por ciento de los establecimientos industriales del Estado, los que contribuían con el 64 por ciento de los ingresos y empleaban al 38 por ciento del sector.

En el rubro del comercio, las dificultades principales de abasto radicaban en la comercialización de los productos básicos en las zonas marginadas tanto rurales como urbanas; no existía vinculación entre la industria y el comercio.

El sector turismo carecía de la infraestructura básica necesaria y existía desarticulación de esfuerzos tanto de las dependencias como de la iniciativa privada. El tránsito de turistas generaba pocos ingresos, la calidad de los servicios que se ofrecían no estaban a la altura de los distintos competidores del país.

El campo manifestaba bajos niveles de productividad y la pérdida de su dinamismo se reflejaba en un acelerado crecimiento de la población urbana; por ello, a pesar de que el sector agropecuario empleaba a casi el 40 por ciento de la población económicamente activa, sólo generaba el 12 por ciento de la producción del Estado.

Había heterogeneidad de las actividades productivas, existían productores que practicaban una agricultura moderna con ventajas comparativas, así como productores que realizaban una agricultura de subsistencia con técnicas tradicionales.

En comparación con lo anterior durante 1998 es posible notar los siguientes cambios, en el sector industria se tuvo una inversión por un monto de 43 mil 143 millones 274 mil pesos, de igual forma la inversión extranjera captada para este sector fue de 2 mil 692 millones de dólares. Con respecto a la promoción de la infraestructura comercial las empresas exportadoras, que en 1994 eran 150, aumentaron a 480, es decir más de 3 veces; de ellas, 37 pertenecen al Programa Altamente Exportadoras (ALTEX), 232 al Programa de Importación Temporal para Producir Artículos de Exportación (PITEX), 14 al Programa de Empresas de Comercio Exterior (ECEX) y 188 a maquiladoras de exportación. Esto es, solo por mencionar algunos aspectos relevantes.

Durante el periodo 1994-1998, la balanza comercial fue superavitaria, ejemplo de esto es el saldo comercial positivo durante 1998, de 1 mil 855 millones de dólares en 1998, como resultado de 4 mil 700 millones de dólares de exportaciones y 2 mil 845 de importaciones.

#### **2.4.1 Composición de la Economía del estado de Puebla**

El estado de Puebla cuenta con algunas ventajas para lograr la consecución de un desarrollo económico; tales ventajas se centran en su tradición industrial, su planta productiva, sus recursos naturales, el capital que conforman sus trabajadores y empresarios y su ubicación geográfica entre otras. Esta base permite un centro industrial poderoso como el motor del desarrollo que impulsa a sectores complementarios como el comercio, el turismo y los servicios.

Por lo anterior, en el Estado de Puebla, se fomenta la integración del aparato productivo y se promueve un desarrollo industrial equilibrado entre las regiones, intensificando la promoción de inversiones productivas y fomentando las exportaciones con el propósito de generar nuevos empleos.

Adicionalmente, el Estado propicia una desregulación económica a través de esquemas de simplificación administrativa, como una forma de apoyo a los inversionistas interesados en reducir métodos, tiempos y costos de instalación de nuevas industrias, así como de nuevos comercios y empresas de servicios que les dan beneficios inmediatos y atractivos y como complemento de lo anterior, con el acceso de la iniciativa privada y la realización de acciones se logró un sostenimiento de la planta productiva, mediante un marco de regulación flexible que apoyara sus requerimientos.

Dentro de la economía poblana se denota un importante apoyo a los métodos de producción y comercialización de la micro, pequeña y mediana empresa y la actividad artesanal, a través de una promoción intensa y eficiente en las distintas regiones del Estado, lo que logra la integración de organizaciones de productores y comerciantes, apoyándolos mediante asesorías y asistencia técnica. Asimismo, se encuentra una constante e importante promoción a las exportaciones como medio más importante de lograr la consolidación del Estado como un centro productor internacionalmente competitivo, basado en altos niveles de calidad y en el uso de tecnología de punta<sup>21</sup>

## **2.4.2 Industrias participantes por Sector**

El Estado de Puebla cuenta con un aparato económico bastante fuerte e importante, el cual se encuentra conformado de la siguiente manera, de acuerdo al grado de importancia que tienen los diferentes sectores que forman parte de esta.

### **a) Industria Automotriz**

Esta industria ha reportado en los últimos años una recuperación en el sector manufacturero, debido fundamentalmente al dinamismo de las exportaciones registradas por el subsector partes automotrices, el cual se ha visto fuertemente impulsado por su gran contenido tecnológico y alta competitividad. (Anexo Exportaciones por rama de actividad 1998).

---

<sup>21</sup> Gobierno del Estado de Puebla; Sexto Informe de Gobierno; Manuel Bartlett Díaz, 1999

En 1998 el subsector autopartes genero inversiones por un monto superior a los 8 mil millones de pesos, lo cual representa un incremento del 21%.

Cabe destacar que este sector resulta ser el más dinámico en cuanto a acciones encaminadas a elevar su competitividad, ya que los trabajadores del sector automotriz y autopartes son los mejor remunerados de la industria manufacturera por su alto grado de especialización lo que incluye el que en su gran mayoría cuentan con una educación bilingüe, producto de los intercambios y convenios firmados con los Institutos de Educación Técnica y Tecnológica con el extranjero.

## **b) Industrial Textil**

El estado de Puebla ha tenido una relevante importancia a nivel nacional en la industria textil, particularmente en la fabricación de fibras blandas; sin embargo, este sector cuenta con algunas limitantes tanto en su ambiente interno como externo, dentro del ambiente interno podemos mencionar la falta de innovación en el diseño de telas y tejidos, la falta de tecnología apropiada y de punta, falta de enfoque u orientación al mercado, falta de enlace entre la industria textil y la de confección; en tanto que dentro del ambiente externo del sector encontramos, la existencia de mayor competencia de productos importados, pérdida del poder adquisitivo de la población, elevados costos de maquinaria y equipo, y carencia de créditos accesibles a bajo costo entre otros.

Dentro de las principales áreas de oportunidad para la cadena textil-confección podemos encontrar: calidad en el diseño, durabilidad, insumos, acabados; tecnología en procesos y diseño; penetración a través de marca, costos y precios; comercialización y distribución mismos que ayudan a llegar a una productividad operativa organizacional mas atractiva.

Pese a lo anterior, podemos resaltar que en los últimos años la industrial textil ha recuperado su dinamismo gracias al cambio tecnológico, a las nuevas formas de organización de trabajo, a la permanente capacitación de su personal, al uso más adecuado e intensivo de su capacidad instalada y a las nuevas formas de gestión y administración, y dado lo anterior en 1998 se crearon 10 nuevas empresas textiles.

El sector textil-confección puede continuar su crecimiento fortaleciendo la calidad y productividad de sus productos, aprovechando el apoyo del Tratado de Libre Comercio y el crecimiento de la maquila de prendas para los Estados Unidos, tomando en cuenta que la rama de la confección es el motor de todo el sector y que las exportaciones de prendas de vestir de algodón son los principales productos de mayor crecimiento.

### **c) Industria de la confección**

La industria de la confección ha registrado un auge significativo durante los últimos años, lo cual le ha permitido constituirse como el sector más importante de la industria manufacturera en cuanto a la generación de empleos. Por sus características muy particulares y en cumplimiento a la política de descentralización industrial, la industria de la confección desconcentró su actividad hacia varios municipios del Estado, lo cual propició el uso intensivo de mano de obra, teniendo como resultado el aumento en la calidad de vida de muchos habitantes.

Cabe destacar la importante participación social de la industria de la confección en la generación de empleos y en su función económica como generadora de divisas por su alta vocación exportadora.

Durante 1998 el sector de la confección mantuvo un ascenso y captó inversiones por 640 millones de pesos, lo cual generó 14 mil 814 nuevos empleos.

### **d) Muebles rústicos**

Este sector de la economía que ha venido repuntado en los últimos 4 años, se ha convertido en una de las principales generadoras de empleo y divisas dados los volúmenes de exportación que lleva a cabo. Durante 1998, la industria fabricante de muebles rústicos registró una inversión total de 117 millones 342 mil pesos, lo que permitió la generación de 843 nuevos puestos de trabajo.

Cabe destacar que esta rama industrial, al igual que la de la confección, presenta características muy particulares que propician su descentralización, lo cual permite a su vez la rápida absorción de la mano de obra de los municipios del Estado; por otro lado, el crecimiento del sector permitió fortalecer el Agrupamiento Industrial Cluster del Mueble Rústico.

Este agrupamiento industrial integra a pequeños talleres proveedores de una empresa terminal, los que han sido apoyados por programas federales como COMPITE Y CIMO y han logrado una verdadera reingeniería en sus procesos de producción haciéndolos más eficientes y logrando una mayor productividad; así, se han desarrollado proyectos de estufado y proyectos de mueble con forja.

A inicios de 1994, existían menos de 20 empresas productoras de mueble rústico, las cuales a través del programa de desarrollo de proveedores y el de desarrollo de cadenas productivas, tuvieron un crecimiento importante hasta sumar en 1998, 145 empresas productoras de muebles rústicos, lo que ha fortalecido el agrupamiento de este sector.

## **2.5 Análisis Económico de las empresas más representativas**

### **2.5.1 Selección de empresas representativas**

Basándose en la investigación de diversos métodos estadísticos para la determinación de una muestra de datos, encontramos que el método que más se apegaba a la investigación era el Probabilístico. En este método cada uno de los elementos de la muestra tiene la misma probabilidad de ser seleccionado.

Esta teoría es muy interesante y de gran aplicación en el control de calidad donde el universo de la muestra es finito y conocido. Dentro de este método y para calcular el tamaño de la muestra se tomaron en cuenta algunas propiedades de misma así como el error mínimo permisible en el resultado.

La fórmula aplicada es la siguiente<sup>22</sup>:

$$N = \frac{\sigma^2 Z^2}{e^2}$$

Donde sigma ( $\sigma$ ) es la desviación estándar, que puede calcularse por criterio, el nivel de confianza deseado se denota por **Z**, el cual es de 95% y por último **e** es el error máximo permitido y se puede interpretar como la mayor diferencia permitida entre la media de la muestra y la media de la población. (**x ± e**)

Lo anterior aplicado a la información numérica de las empresas exportadoras de muebles rústicos del estado de Puebla y para la determinación del número de empresas específicas sujetas a análisis, se tiene que:

**X = 32** (Total de empresas exportadoras de muebles rústicos de madera en el estado de Puebla)  
**Z = 1.96** (Con un nivel de confianza del 95%, este resultado se obtuvo de las tablas de distribución z)  
**e = 30.40** (Rango de error máximo permisible)

Por tanto el tamaño de la muestra se determina de la siguiente manera:

$$N = \frac{(32)^2(1.96)^2}{(30.40)^2} = 4 \text{ Empresas exportadoras de muebles rústicos a analizar}$$

Actualmente en Puebla se encuentran registradas en las bases de datos de los organismos gubernamentales y no gubernamentales especializados en Comercio Exterior, un total de 64 empresas productoras de muebles de madera, de dicha cantidad se desprenden 32 empresas productoras de muebles rústicos de madera de exportación, mismas que son objeto de nuestro estudio.

Basándose en la información anterior y utilizando el método de muestreo estadístico probabilístico, se obtuvo un resultado de 4 empresas representativas para una muestra significativa, con un grado de confianza de 98%, para una población de 32 empresas en selección.

<sup>22</sup> Estadística para Administradores. Pág. 12-20 Levin y Richard, Prentice Hall I:

Es importante señalar que a partir de este momento y con objeto de mantener la discrecionalidad de la información proporcionada por las empresas seleccionadas, estas se denominaran como empresa A, B, C y D respectivamente. La selección de dichas empresas se llevo a cabo basándose en la cantidad y calidad de la información obtenida a través de entrevistas personales con los representantes comerciales de las empresas exportadoras de muebles rústicos así como de la información oficial capturada por organismos gubernamentales como Secofi y Bancomext por mencionar algunos, de igual forma, la obtenida por organismos privados especializados en el ramo.

Los criterios de información que las empresas A, B, C y D cubrieron satisfactoriamente para ser seleccionadas, se engloban en los siguientes grupos de datos:

**GRUPO 1** *Datos Generales.*- dentro de éstos datos se abarcan conceptos como: nombre o razón social de la empresa, domicilio oficial, colonia o localidad y delegación, municipio o estado; ésta información permite determinar con mayor exactitud la ubicación geográfica de la empresa dentro del estado de Puebla.

**GRUPO 2** *Perfil General.*- dentro de éste rubro encontramos la actividad principal de la empresa, el giro ó actividad económica, el tamaño de la empresa, fecha de inicio de operaciones, total de personal ocupado, capital contable, rango de ventas brutas y principales productos comercializados; con la información anterior es posible establecer la conformación de las variables económicas de la empresa, como lo son, utilidad bruta, utilidad operativa, costos de venta y utilidad neta entre otras.

**GRUPO 3** *Comercio Exterior.*- la información que encierra a este apartado, es útil para conocer el funcionamiento del aparato comercial internacional de la empresa; para tal efecto es preciso conocer los planes de distribución empleados, los contactos para negocios disponibles, el monto de las exportaciones e importaciones realizadas y los mercados destino de los productos.

### 2.5.1.1 VARIABLES ECONOMICAS

En el desarrollo de las operaciones de una empresa se enfrentan dos escenarios: el Ambiente Externo y el Ambiente Interno de la misma, dentro del ambiente interno se engloban aspectos relativos al que hacer cotidiano de su flujo de operación mientras que en el ambiente externo se encuentran inmersos todos aquellos elementos y acontecimientos que forman parte del entorno económico nacional e internacional y que por su naturaleza y magnitud afectan directa e indirectamente a todos los elementos que son parte de la planta productiva del país.

En el ámbito de las exportaciones de muebles rústicos, cualesquiera de las decisiones a tomar, deben ser analizadas y evaluadas tomando en cuenta los aspectos suscritos en el ambiente económico internacional, ya que siendo la exportación una puerta al mundo comercial internacional, no es posible pasar de largo este aspecto, es mas, de esto depende todo el proceso de exportación.

En los últimos años, las empresas exportadoras de muebles rústicos han experimentado cambios importantes en sus operaciones internacionales debido a las crisis suscitadas en los mercados asiáticos, la caída de los precios del petróleo y la sobrevaluación en los mercados accionarios de Estados Unidos y Europa ejemplo de esto es que la economía de Estados Unidos puede desacelerarse y llegar a generar una rescisión, lo cual impactaría nuestro volumen de comercio Exterior, el cual se encuentra muy concentrado en este país.

Para contrarrestar estos efectos las empresas exportadoras de muebles rústicos se han conjuntado para trabajar en beneficio de sus operaciones siguiendo los lineamientos planteados por la nueva política económica del país, de esta forma y basándose en la misma tomaron en consideración los siguientes factores: el lograr el mayor crecimiento del ingreso, del empleo y del gasto social; el reducir al mínimo el crecimiento de la inflación así como el fortalecer fiscal y financieramente la economía del país.

En cuanto al entorno económico, las empresas exportadoras de muebles rústicos contribuyen con sus operaciones al desarrollo y crecimiento económico del país, ya que los resultados obtenidos por su actividad comercial se ven reflejados en el ámbito nacional y regional en su Producto Interno Bruto, en la Balanza Comercial, y la generación de empleos y en la captación de divisas entre otros.

Como ejemplo de esta participación, se tiene que la Balanza Comercial del Estado de Puebla, registro un superávit de 1,855 millones de dólares en 1998<sup>23</sup> de los cuales el sector muebles rústicos contribuyo con 21.6874 millones de dólares, con lo cual, se demuestra la importante participación que este sector tiene en la economía del Estado de Puebla, aunque cabe destacar que la mayor participación corresponde al Sector Automotriz quien a través de sus exportaciones es quien contribuye con mayor impacto en la Balanza Comercial del Estado.

En función al ambiente interno de las empresas exportadoras de muebles rústicos, encontramos que los factores más importantes que intervienen en este son el Capital Contable, la producción, ventas, compras, *coinvertión*<sup>24</sup> y numero de empleados.

Los factores anteriormente mencionados a su vez se conforman de varios elementos por ejemplo, el capital contable es el monto que representa el capital nacional y extranjero con el que cuenta una empresa, así como el monto representado en la capacidad instalada de la misma. Por otra parte, en la producción encontramos los siguientes factores determinantes para poder llevar a cabo el ciclo productivo: Montos y volúmenes de insumos, mano de obra y maquinaria y equipo.

En el aspecto relativo a las compras y ventas, las empresas determinan estos conceptos basándose en el establecimiento del precio de sus productos mismo que es regido por la oferta y demanda de los mismos. Por otro lado la *coinvertión* se determina cuando las empresas nos son capaces de sustentar por si mismas un segmento de mercado, por lo que realizan asociaciones con participación de capitales u otros recursos con otras empresas, constituyendo esto la formación de *empresas integradoras*<sup>25</sup>.

Por ultimo el concepto de numero de empleados, es considerado importante, pues ésta es quien puede representar el tamaño de la empresa de que se trate. De lo anteriormente expuesto y para efectos del presente análisis se consideraran como aspectos sujetos a evaluación los conceptos de capital contable, ventas y numero de empleados, debido a la importancia que estos representan e la situación económica sectorial, regional y nacional.

<sup>23</sup> Ver Gráfica 2, Balanza Comercial del Estado de Puebla

<sup>24</sup> *Coinversión*.- Es la asociación con participación de capital u otros recursos con otra empresa. Fuente: Sistema de Información Empresarial Mexicano, Registro SIEM 1999

<sup>25</sup> *Empresas Integradoras*.- Se forman cuando se constituyen empresas con actividades productivas o comerciales conjuntas. Fuente: Sistema de Información Empresarial Mexicano, Registro SIEM 1999

### 2.5.1.2 Variables Mercadológicas

La Mercadotecnia representa un papel muy importante para el desarrollo comercial de cualquier empresa y en grado superlativo en las operaciones de empresas exportadoras, ya que este aspecto determina el éxito de sus operaciones en los mercados internacionales. Siendo la Mercadotecnia un mundo interminable de acciones, es posible realizar una selección de los elementos que pueden determinar el centro del éxito de las operaciones de una empresa; tal selección puede centrarse, en los Métodos de Promoción y Distribución que son empleados.

Tales métodos a diferencia de aspectos como la Planeación de productos, la Determinación de precios ó los Métodos de envase y embalaje; determinan el grado de acercamiento que la empresa tiene con sus clientes en el extranjero así como la manera de manejar la proyección de sus productos para que éstos impacten de la mejor manera posible a sus futuros compradores.

En el ámbito de los métodos de distribución encontramos que en la economía actual, la mayoría de los productores de muebles rústicos no venden sus productos directamente a los usuarios finales. Entre ellos y estos existe una multitud de intermediarios de la comercialización que desempeñan diversas funciones y que reciben diferentes nombres. Algunos intermediarios, como lo son los mayoristas y detallistas; compran, adquieren en propiedad y revenden la mercancía; a estos se le conoce como intermediarios mercantiles. Otros, los corredores, los representantes de fabricantes, los agentes de venta; buscan clientes y pueden negociar a nombre del productor, pero no adquieren los bienes en propiedad; a estos se les denomina agentes intermediarios otros mas, compañías transportistas almacenes independientes bancos y agencias de publicidad; ayudan al desempeño de la distribución, pero ni adquieren los bienes en propiedad, ni negocian compras o ventas; se les nombra facilitadores.

Las decisiones del canal de distribución se encuentran entre las más importantes a las que se enfrenta la administración de cualquier empresa de muebles rústicos. Ya que los canales elegidos por las compañías afectan profundamente a las demás operaciones.

“Un sistema de distribución... es un recurso *externo clave*. Por lo general su creación toma muchos años y no es fácil de modificar. Tiene mayor importancia que los recursos *internos clave*, como producción, investigación, ingeniería, personal de ventas de campo e instalaciones.

Representa un compromiso corporativo de trascendencia para numerosas compañías independientes cuyo negocio es la distribución - y para los mercados específicos que sirve -. Representa a sí mismo, un compromiso con una serie de políticas y prácticas que constituyen el elemento básico con el que se teje una enorme red de relaciones a largo plazo<sup>26</sup>

Al analizar a las empresas exportadoras de muebles rústicos en el Estado de Puebla, se encontró la siguiente interrogante; ¿Por qué éstas empresas utilizan intermediarios de comercialización?, en respuesta tenemos que los productores de muebles rústicos se encuentran dispuestos a delegar parte del control de las ventas, lo cual significa abstenerse al control total de cómo y a quien se venderán sus productos al final de la etapa de ventas, es decir, al consumidor final.

Debido a que gran parte de los productores de muebles rústicos carecen de capital suficiente para llevar a cabo la comercialización directa de sus productos, éstos se ven en la necesidad de convertirse en intermediarios de sus productos; de otra manera, si los productores no contaran con un intermediario de comercialización, esto implicaría realizar mayores inversiones para desarrollar complejos planes de control administrativo, establecimiento de boutiques, y desarrollo de programas de promoción etc., ya que las ventas al detalle requieren exclusivamente de canales de distribución perfectamente diseñados para cumplir su función.

La finalidad por la cual son utilizados intermediarios de comercialización en las empresas exportadoras de muebles rústicos, es debido a la necesidad de que los productos cuenten con mayor disponibilidad, facilidad y accesibilidad en los mercados meta.

Por último, dichos intermediarios ofrecen a los productores un grado mayor de eficiencia en los sistemas de distribución, es decir que por medio de ellos, los productores tendrán un mínimo de riesgo al momento de que sus productos sean comercializados, ya que quienes cuentan experiencia en este ramo de la mercadotecnia ofrecen mucho más de lo que los mismos productores podrían realizar por sí mismos.

La Promoción juega un papel muy importante dentro del desarrollo de las operaciones de las empresas exportadoras de muebles rústicos, ya que esta se basa en el desarrollo y difusión de comunicaciones persuasivas acerca de la oferta diseñada para atraer a los clientes.

---

<sup>26</sup> Dirección de la Mercadotecnia, Phillip Kotler, Variables mercadológicas; Pág. 549; Prentice Hall I.

La Promoción de ventas desarrollada por las empresas exportadoras de muebles rústicos, es un incentivo a corto plazo para estimular la compra de sus productos; por otra parte algunas empresas que utilizan esta estrategia piensan que la mercadotecnia actual demanda algo más que desarrollar un buen producto, fijarle un precio atractivo y hacerlo accesible a los clientes meta. Esto nos lleva, a que las empresas exportadoras de muebles rústicos deben desarrollar una intensa comunicación tanto con sus clientes actuales como potenciales.

Sin embargo, no se debe dejar al azar lo que éstas empresas comunican y deben comunicar a sus clientes, para llevar a cabo esta tarea, las empresas exportadoras de muebles rústicos trabajan conjuntamente con especialistas en promoción de ventas y firmas de relaciones públicas para desarrollar así su imagen corporativa; aunado a esto, éstas empresas capacitan a sus propios vendedores para que éstos se desempeñen con los clientes de una manera cordial y conocedora de su ramo.

En conclusión es posible anotar que para la mayoría de las empresas en estudio, la cuestión no es comunicarse con sus clientes, si no, determinar con exactitud a quien y con que frecuencia se debe comunicar.

Es importante mencionar que muchas de las empresas de muebles rústicos del Estado de Puebla, gracias a su participación en ferias internacionales organizadas por instituciones de gobierno u organismos particulares, logran obtener los contactos necesarios para que sus productos sean promocionados y distribuidos en el extranjero por medio de sus intermediarios, esto explica la falta de preocupación por implementar planes de promoción dentro de esta rama de la industria, es decir, que éstos contactos son quienes en variadas ocasiones se dedican tanto a promover como a distribuir los productos en los mercados internacionales.

En entrevistas realizadas a conocedores de esta industria, explican que solo pocas empresas de muebles rústicos en el Estado de Puebla, llegan a obtener sus propios planes estratégicos de promoción y distribución, ya que en base a su experiencia señalan que fomentando su participación en dichas ferias internacionales, es como se crea la base de una buena exportación, puesto que estos eventos permiten al productor mostrar directamente sus productos y de esta manera despertar el interés de compra en sus clientes potenciales.

### 2.5.1.1 VARIABLES GEOGRAFICAS

La demanda de algunos productos varía en forma considerable de un área geográfica a otra. Esta variación en la Demanda, puede deberse a diferencias en el clima, el terreno o a las preferencias del consumidor final. Por ejemplo, los productores de cierto tipo de madera, dividen sus mercados en forma geográfica, debido a que las necesidades de los consumidores de estos productos varían según las regiones.

La segmentación geográfica puede ser útil, en especial cuando se trata de llegar a industrias que se encuentran concentradas geográficamente. "Ejemplo de esto, es que los fabricantes de muebles de madera se encuentran concentrados en la región sudeste del país, mientras que la mayor parte de los productores de hierro y acero se localizan en la región norte"<sup>27</sup>

Es posible mencionar que las variables geográficas como el clima, el terreno, los recursos naturales, la densidad de población y los valores de las culturas, influyan en las necesidades de productos de los consumidores.

De manera similar a lo mencionado anteriormente, en el ámbito de la distribución geográfica de la población e industrias, cabe resaltar que la mayor parte de las empresas exportadoras de muebles rústicos del Estado de Puebla, se encuentran localizadas en el área conurbada de la ciudad, esto debido a las numerosas ventajas que esto representa, de entre las cuales se encuentra; contar con vías accesibles para el transporte lo que da como resultado un ahorro considerable en los costos de traslado de mercancías, así como eficacia en el suministro de materias primas para la elaboración de los productos; esto también ofrece una mayor accesibilidad con respecto a los clientes actuales y potenciales de la empresa.

---

<sup>27</sup> Marketing Decisiones y Conceptos básicos. Pág. 151 W.M. Pride/O. C. Ferrell

### **CAPITULO III**

## **ANÁLISIS DE LA INDUSTRIA POBLANA DEL MUEBLE RÚSTICO Y SU PARTICIPACIÓN EN LA ECONOMÍA DEL ESTADO DE PUEBLA**

### **3.1 PERFIL GENERAL DE LAS EMPRESAS DE MUEBLES RÚSTICOS SELECCIONADAS**

El análisis de las empresas exportadoras de muebles rústicos seleccionadas se presenta de la siguiente manera:

#### **EMPRESA A**

Es una empresa mediana constituida en 1992 como persona física con actividad empresarial, su giro principal es la fabricación de muebles rústicos de exportación, actualmente se localiza en la ciudad de Zacapoaxtla la cual, es una ciudad pequeña con una alta concentración de la población dedicada a la producción de artículos destinados al campo.

El domicilio oficial de la empresa es calle 5 de mayo norte #33, esta ubicada en una zona céntrica que le permite tener facilidades de acceso pero con poco espacio disponible para ampliar sus instalaciones.

Actualmente emplea a un total de 140 personas entre administrativos y trabajadores de la planta. La capacidad instalada con la que cuenta, permite producir un total de 2,200 piezas diarias para armar diferentes tipos de muebles, en dos turnos de 8 horas, lo que indica que se está utilizando el 67% de la capacidad instalada. De esta forma la **Empresa A** cuenta con 200 líneas de producción de tal modo que fabrica casi cualquier mueble bajo diseño.

Sus productos son de madera 100% mexicana con calidad de exportación. Los acabados de los muebles son una de las distinciones exclusivas de la empresa, ya que los diseños de sus muebles se hacen basándose en productos similares en el mercado aunque cabe destacar que esta empresa también cuenta con diseños propios. Son manejados dos estilos de muebles, Línea Mexicana y Línea Rústica, ambas son muy parecidas teniendo su diferencia fundamental en el acabado y la presentación del mueble.

Así mismo se puede mencionar que los principales clientes de la empresa son distribuidores en tiendas departamentales en Estados Unidos, la mayoría de estos son contactados por ferias internacionales y por medio de comisionistas.

Otro mercado importante es el Europeo donde la estrategia de la empresa es "Tocar a la puerta" o también oportunidades de negocios vía Internet o con Bancomext.

La **Empresa A** tiene un mercado nacional no desatendido pero si de menos importancia abarcando este un 10% de la producción de la empresa. Como el mercado es principalmente externo, la participación en el sector es muy reducida, pero a la vez creciente por el aumento constante de demanda de estos artículos en el mercado.

Esta empresa actualmente no cuenta con contratos adelantados sino que pronostican en función del sentir del mercado. Las oportunidades de que las ventas sigan creciendo en este sector son muy elevadas debido a que en este momento se encuentra el mercado en auge.

Durante el periodo entre 1994 a 1997 las ventas crecieron en mas de 470%, sin embargo, con una tendencia decreciente año con año, debido al proceso de madurez del mercado. En cuanto a la utilidad bruta registrada durante el periodo 1993-1998 la empresa ha experimentado incrementos considerables, tan solo en los dos primeros años el incremento fue de mas del 1000% para los dos años siguientes fue del 213% y para los 2 últimos años del 101%. El crecimiento fue cada año marginalmente menor debido a razones como la madurez del mercado en otras.

Por otro lado la utilidad operativa también ha sido creciente de forma que en los dos primeros años el crecimiento fue de 536%, para los 2 siguientes años del 11% y para los últimos 3 años de 488%. La utilidad neta por su parte ha venido a más reportando durante los dos primeros años perdidas netas considerables, pero decrecientes de manera que para el tercer año el crecimiento positivo fue de 178% con respecto al segundo año y el crecimiento al final del año pasado fue de 2118%.

## EMPRESA B

Es una empresa mediana constituida en el año de 1996 como sociedad anónima, con domicilio oficial es Calle Benito Juárez No. 75 Colonia Francisco I. Madero en la ciudad de Puebla, Puebla. Su giro principal es la fabricación de muebles rústicos de exportación; actualmente se ubica dentro de una colonia de clase media baja cerca de una de las salidas de la ciudad lo cual le permite estar conectada tanto con las vías federales como con avenidas importantes de la ciudad de Puebla.

En sus actividades actuales se emplea a un total de 500 personas entre personal administrativo y trabajadores. La capacidad instalada con la que se cuenta, permite producir un total de 3000 piezas diarias para armar diferentes tipos de muebles en 2 turnos de 8 horas, lo que indica que se está utilizando el 70% de la capacidad instalada y, por tanto, faltaría emplear un turno para lograr ocupar el 100% de la misma. Esta ponderación considera con mayor peso, a los muebles grandes que requieren una mayor intervención de maquinaria por que es claro observar que si se tratara de muebles más pequeños el porcentaje de aprovechamiento de la capacidad instalada sería menor.

Los productos que se fabrican cuentan con calidad de exportación, y son elaborados con madera 100% mexicana específicamente procedente de los estados de Guerrero y Oaxaca.

Existen 8 líneas de productos generales como camas, arcones, libreros, salas, accesorio, mesas, etc. De cada línea general es posible desprender diferentes estilos determinados y se estima que con esto existirían cerca de 150 tipos de muebles posibles de fabricar. Se maneja un solo estilo de mueble conocido como *línea rústica*, teniendo características particulares en sus terminados mismos que los diferencian de sus competidores.

Cabe destacar que los principales clientes de la empresa B, son distribuidores en tiendas departamentales en Centro y Norteamérica, pero debe resaltarse que se cuenta con clientes directos en el mercado internacional, los cuales son contactados a través de visitas directas o por los contactos que se tienen con los dueños o encargados de las empresas clientes.

Los canales de distribución representan un papel muy importante en las operaciones de la empresa, y para lograr su plena eficiencia de los mismos, son aplicados los criterios de seguridad, sofisticación, especialidad y oportunidad para que con esto la empresa pueda funcionar exitosamente.

La empresa cuenta con poca experiencia en el ámbito exportador, de hecho en 1997 inició formalmente sus operaciones de comercio exterior, de manera que los clientes que se han podido captar han permitido un crecimiento paulatino y al mismo tiempo, esto ha servido para conocer el mercado y aspirar a convertirse en fabricante y distribuidor directo de sus productos en el extranjero.

Con las referencias anteriormente indicadas es posible determinar que el desarrollo del negocio es cada vez más pujante y presenta buenas oportunidades de éxito en operaciones venideras.

En los registros más actuales la empresa reporta ventas anuales por \$5,500,00 dólares, monto sobre el cual la utilidad bruta llega a representar el 31%, debido a la alta participación del costo de ventas, el cual es del 69% de la mismas.

La utilidad operativa de la empresa, se conforma del 71% de la utilidad bruta y representa el 23% de las ventas totales, la parte más importante de ésta son los gastos administrativos los cuales la disminuyen en un 20% y por otro lado los gastos de venta, los cuales tienen una participación dentro de la misma de un 6%.

Existe generación de utilidad neta la cual es del 14% de las ventas y ésta se forma con el 63% de la utilidad operativa y el 37% restante por la partida de impuestos, ésta es una generación modesta ya que la rentabilidad es pequeña con respecto al mercado. Con relación a la rentabilidad de la inversión esta es del 80%.

Las ventas tienen una expectativa buena de crecimiento ya que la demanda de éstos productos en el ámbito internacional es creciente y existen posibilidades serias de poder introducirlos en otros mercados ó de conseguir otro distribuidor.

La empresa tendría el aspecto anteriormente citado como otra de sus fortalezas aunque claro que esto dependería de la labor de ventas realizada y de la cantidad de contactos que pudieran obtenerse en lo sucesivo.

Finalmente, la empresa cuenta con un buen potencial debido al creciente mercado al cual se enfrenta, sin embargo, según lo observado en algunos otros casos esto indica que aprovechando que la empresa se encuentra en un proceso de crecimiento inicial, deben establecerse procedimientos

administrativos, productivos y financieros bien establecidos para obtener el control de toda la información que el mismo negocio genera.

Es posible concluir que actualmente la empresa camina, pero no sabe cuál es su destino ó la meta a seguir para así lograr conocer y evaluar más objetivamente sus logros y desempeños.

## EMPRESA C

Es una empresa pequeña constituida en el año de 1996 como persona moral, su actividad principal es la manufactura de muebles rústicos de exportación. Su domicilio oficial es Tamiahua numero 29, colonia Lagunela en la ciudad de Puebla, Puebla. Se ubica dentro de una colonia de clase media al sur de la capital, lo que indica que dicha empresa cuenta con acceso a una de las vías de reciente creación, lo que le permite estar en contacto, tanto con las vías federales como, con las principales avenidas de la ciudad.

El giro principal de la *Empresa C*, es la fabricación de muebles rústicos de madera. En su actividad empresarial, cuenta con un total de 100 personas entre administrativos y trabajadores.

El capital contable de la empresa en estudio es de 1'000,000.00 USD, de igual forma la capacidad instalada con la que cuenta, le permite producir 800 piezas diarias, para armar diferentes tipos de muebles. Los productos que se fabrican cuentan con calidad de exportación y son elaborados con madera 100% mexicana, procedente de los estados de Oaxaca y Puebla.

En general existen mas de 10 líneas de productos, entre los cuales podemos mencionar: arcones, libreros, camas, salas, mesas, cantinas, cómodas, taburetes, burós, solo por mencionar algunas. De cada una de estas líneas es posible desprender diferentes estilos determinados y perfectamente diferenciados del resto de sus competidores, estimando con esto, que existen mas de 100 tipos diferentes de muebles posibles de fabricar. Es manejado un solo estilo de mueble rústico en esta empresa, este es conocido como "Línea Unica".

Cabe destacar que los principales clientes son distribuidores en tiendas departamentales en Estado Unidos y en Europa, principalmente en España y Holanda. Por otra parte cuentan con clientes directos en el mercado internacional, mismos que fueron contactados en ferias y exposiciones internacionales.

Es importante mencionar que la *Empresa C* no cuenta con un departamento o área de Comercio Internacional, por tanto una empresa especializada en operaciones internacionales ajena a esta es quien realiza todas sus operaciones de comercio exterior, desde recoger la mercancía en la empresa en mención hasta ponerla a la puerta de los clientes en el país de destino, esto no representa ningún gasto adicional a la empresa, ya que todos estos costos son absorbidos por las empresas contratantes y manejados en el precio final de los productos.

La Empresa C cuenta con poco historial en Comercio Exterior, ya que a principios de 1997 inicio formalmente sus operaciones internacionales. De esta forma, y gracias a la frecuencia de sus exportaciones la empresa ha experimentado un crecimiento parcial, mismo que se reflejo en su participación en los mercados extranjeros.

Los registros contables con los que cuenta la *Empresa C*, reportaron ventas por un total de 3'000,000.00 de dólares para el periodo 97-98, de esta cifra se desprende una utilidad bruta del 33% del total de las ventas, esto gracias a la alta participación que tiene en los mercados internacionales. La empresa en estudio declaro tener un Costo de Ventas aproximado al 67% de las ventas totales anuales.

La utilidad operativa de la empresa por su lado se calculo al descontarle el porcentaje de gastos administrativos, dado por la empresa y que es de 20% sobre la utilidad bruta, igualmente los gastos de venta estarían representando un 5% de la utilidad bruta, el 75% restante es la utilidad operativa, y que representa un 24.75% sobre las ventas totales.

Por otro lado, los representantes de la empresa comentaron haber tenido una utilidad neta aproximada al 16.09% sobre las ventas totales anuales. Esta se forma con el 65% de la utilidad operativa, el 35% restante es la partida de impuestos.

Cabe aclarar que los porcentajes antes mencionados fueron proporcionados por la empresa, por esto es posible encontrar pequeños márgenes de desajuste entre los mismos.

## EMPRESA D

Es una empresa pequeña constituida en el año de 1979 como sociedad anónima, su actividad principal es la manufactura de muebles rústicos. Su domicilio oficial es calle 7 oriente número 803, colonia Centro en la ciudad de Puebla, Puebla. Se ubica dentro de un sector de clase media en el centro histórico, lo que indica que dicha empresa no cuenta con acceso para transportes muy pesados lo cual disminuye su capacidad distribuidora pese a tener acceso a las vías rápidas de la ciudad, tal es el caso del Boulevard 5 de mayo, como también con las principales avenidas de la capital.

El giro principal de la *Empresa C*, es la fabricación de muebles rústicos de madera. En su actividad empresarial diaria, cuenta con un total de 35 personas entre administrativos y trabajadores. La capacidad instalada con la que cuentan, le permite producir un total de 700 piezas diarias para conformar diversos tipos de muebles. Los productos que se fabrican cuentan con calidad de exportación y son elaborados con madera 100% mexicana, procedente del estado de Puebla.

En general existen mas de 7 líneas de productos, entre los cuales podemos mencionar: armarios, escritorios, camas, salas, mesas, cómodas, burós, solo por mencionar algunas. De cada una de estas líneas es posible desprender diferentes estilos. La empresa se caracteriza por sus accesorios mismos que son sin duda alguna los que diferencian a sus muebles en el mercado internacional. Es manejado un solo estilo de mueble rústico en esta empresa, este es conocido como "Rústico Mexicano".

La *Empresa D* tiene un mercado nacional no desatendido pero si de menos importancia abarcando este un 20% de la producción de la empresa. Como el mercado es principalmente externo, la participación en el sector es muy reducida, pero a la vez creciente por el aumento constante de demanda de estos artículos en el mercado.

Cabe destacar que los principales clientes son distribuidores en tiendas departamentales en Estado Unidos Argentina, Chile, Alemania Bélgica, España, Francia y Suecia. Por otra parte cuentan con clientes directos en el mercado internacional, mismos que fueron contactados en ferias y exposiciones internacionales.

La Empresa C cuenta largo historial en Comercio Exterior, ya que a principios de 1982 inicio formalmente sus operaciones internacionales. Por esto, hoy en día cuentan con una amplia cartera de clientes pues debido a los años transcurridos han mantenido acrecentado tanto a clientes como a sus estrategias de venta.

Los registros contables para el periodo 98 reportaron ventas por un total de 5'000,000.00 de dólares, de esta cifra desprenden una utilidad bruta del 35% del total de las ventas. La empresa en estudio declaro tener un Costo de Ventas aproximado al 65% de las ventas totales anuales.

La utilidad operativa de la empresa por su lado se calculo al descontarle el porcentaje de gastos administrativos, dado por la empresa y que es de 25% sobre la utilidad bruta, igualmente los gastos de venta estarían representando un 5% de la utilidad bruta, el 70% restante es la utilidad operativa, y que representa un 45.50 sobre las ventas totales.

Por otro lado, los representantes de la empresa comentaron haber tenido una utilidad neta aproximada al 27% sobre las ventas totales anuales. Esta se forma con el 59.34% de la utilidad operativa, el 40.65% restante es la partida de impuestos.

Cabe aclarar que los porcentajes antes mencionados fueron proporcionados por la empresa, por esto es posible encontrar pequeños márgenes de desajuste entre los mismos.

### 3.2 Análisis y comparación de la Balanza Comercial de México, Puebla y del Sector Muebles Rústicos

En el año de 1998 la balanza comercial de México, reporto un déficit comercial de 7,741 millones de dólares, lo anterior refleja que las importaciones realizadas por el país fueron superiores a sus exportaciones.<sup>28</sup>

Lo anterior se debió a que en 21 entidades federativas, reportaron déficit en sus respectivas balanzas, lo que indica que solamente el 35% del superávit nacional esta conformado únicamente por de 11 estados, con estos resultados podemos encontrar al estado de Puebla ubicado en el 2º lugar nacional, esto es gracias a su saldo en la Balanza Comercial.<sup>29</sup>

Por otra parte y para efectos del presente estudio, se analizara la composición de la Balanza Comercial del Estado de Puebla por partidas.<sup>30</sup> La cual en los últimos 5 años ha presentado un superávit ascendente, motivado por el *incremento de las exportaciones poblanas*<sup>31</sup>.

A continuación analizaremos la Balanza Comercial de Puebla año con año, a partir de 1994 a fin de ver los cambios y movimientos económicos ocasionados por diferentes factores que impactarán en su economía.

El año de 1994 fue un periodo de crisis económica para la nación, ya que, la devaluación del peso mexicano se contuvo hasta el mes de diciembre de este año, lo cual provoco que durante este periodo la moneda permaneciera en una sobrevaluación, dicho efecto se estaba reflejando en el encarecimiento de los productos nacionales en el extranjero y el abaratamiento de los bienes importados. "Sin embargo, esto no afecto a las exportaciones de muebles rústicos poblanos, básicamente por ser un producto relativamente nuevo en los mercados internacionales, esto represento para su primer año de actividad comercial internacional un superávit de 4'080,588.00 millones de dólares, ubicando a este sector en 7º lugar a nivel estatal, por su participación en el saldo de la Balanza Comercial Estatal"<sup>32</sup>

<sup>28</sup> Ver Gráfica 3, Balanza Comercial Nacional 1998

<sup>29</sup> Ver Tabla 2, Comercio Exterior por entidad Federativa 1998

<sup>30</sup> Ver Tabla 3, 4, 5, 6 y 7; Balanza Comercial de Puebla por Capítulos

<sup>31</sup> Ver Gráfica 2, Balanza Comercial de Puebla 1993 - 1998

<sup>32</sup> Ver Tabla 8, Balanza Comercial Estatal 1994, Los 5 principales sectores de exportación por su participación en el saldo de la Balanza Comercial Estatal

Como se puede observar en la tabla anterior, quien esta ubicado en primer lugar, es el capitulo 87 perteneciente al sector automotriz, reportando un superávit de 989'239,535 millones de dólares. Como se menciono anteriormente y a pesar de las crisis económica este sector siguió con sus exportaciones debido a que en el extranjero era más fácil vender un vehículo que en México. De ahí el incremento de sus exportaciones en comparación con años anteriores. En 2º lugar encontramos a la industria textil, capítulos 61, 62 y 63, quienes reportaron para este año un Superávit de mas de 40 millones de dólares, debido principalmente a que esta industria se dedica a la maquila, de ahí que, toda su producción se venda al extranjero. Es preciso hacer mención que para este año la industria de la Azúcar y los productos confitados, se encontraban en auge, colocando a su sector en el tercer lugar por su participación en el saldo de la Balanza de Puebla con mas de 7 millones de dólares.

Contrariamente a la existencia de sectores deficitarios, la Balanza Comercial del Estado de Puebla pudo participar positivamente en el Saldo de la Balanza Nacional, aunque esto no la beneficiara mas que en un pequeño porcentaje, ya que para ese año, la balanza nacional reportaría un déficit de más de 18 mil millones de dólares.<sup>33</sup>

A pesar de la devaluación a principios de 1995, las empresas con apoyo del Gobierno Federal, comenzaron a experimentar un periodo de recuperación económica. De esta forma, al implementar el Gobierno Federal un programa para hacer más atractivo el mercado nacional, atrayendo inversiones extranjeras directas para reforzar numerosos rubros de la economía que se encontraban muy afectados, ubicando en superávit al saldo de la balanza comercial nacional de ese año, con más de 7 mil millones de dólares.<sup>34</sup>

El Estado de Puebla este año cerro de nueva cuenta con un superávit de 848 millones de dólares, superando al del año pasado en casi el 300%.<sup>35</sup> Encontramos de esta forma, los tres primeros lugares en cuanto a su participación en la Balanza Comercial, encabezando nuevamente el sector automotriz, con más de 1,400 millones de dólares, en segundo lugar encontramos a la rama textil reportando un saldo comercial de 47 millones de dólares, también podemos mencionar al capitulo 9º perteneciente a Café quien reporto en este año un saldo por mas de 36 millones de dólares, ubicando a este sector en el tercer lugar estatal.

<sup>33</sup> Ver Gráfica 4, Comparativo Saldo de la Balanza Comercial Nacional y Estatal 1994

<sup>34</sup> Ver Tabla 9, Balanza Comercial de México 1993-1998

<sup>35</sup> Ver Gráfica 5, Variación Balanza Comercial del Estado de Puebla 1994 y 1995

El sector muebles rústicos de exportación siguió incrementando sus exportaciones ubicándose este año en el 4º lugar por su participación en el saldo de la balanza estatal, con mas de 10 millones de dólares.<sup>36</sup>

En 1996 el país se encontró en una etapa de menor incertidumbre económica, al finalizar este año, la Balanza Comercial de México presento un Superávit de más de 6 y medio millones de dólares, en cierta forma la crisis no se vio reflejada en la balanza y esto debido a que las exportaciones mexicanas estaban al alcance de todos por sus precios tan competitivos en el extranjero.

Parece un poco irónico que a tan solo un año de la crisis económica, la Balanza Comercial de México se encontrara favorecida, presentando nuevamente un saldo positivo, (aunque este incremento no fue tan grande como el de 1995 donde paso de -18 mil millones de dólares a 7 mil millones de dólares, logrando un incremento de más del 250%, como se puede observar en la Tabla 9) que básicamente se debió al comportamiento que tenían estados como Puebla y Baja California Norte, quienes volvían a presentar saldos positivos en sus Balanzas Estatales.

Este es el caso de la Balanza del estado de Puebla, que para 1996, presentaría un superávit de 1,045 millones de dólares, nuevamente influenciada por la participación de la industria automotriz, quien para este año reportaría un saldo de 1,245 millones de dólares, como se puede observar, esta cantidad es mayor al saldo estatal, en realidad lo es, solo que para calcular la balanza estatal, se sumaron los capítulos con superávit y de igual manera los capítulos con déficit para después sacar la diferencia y poder tener así el saldo total de la Balanza Estatal. En segundo lugar encontramos nuevamente a la industria textil con un saldo mayor a 135 millones de dólares. El sector muebles rústicos de exportación, se ubico este año en 3º lugar, con una participación superavitaria de más 28 millones de dólares, lo que reflejo el inminente crecimiento que tenia este sector en tan solo tres años de saltar a los mercados internacionales, esto auguraba un buen futuro para esta industria, sin embargo, la etapa de crecimiento que esta tenia en los mercados internacionales comenzaba a estancarse, dejando para el siguiente año, el que las empresas planearan mejor sus estrategias de venta para poder competir con mayor éxito en el extranjero.<sup>37</sup>

<sup>36</sup> Ver Tabla 10, Balanza Comercial Estatal 1995, Los 5 principales sectores de exportación por su participación en el saldo de la Balanza Comercial Estatal

<sup>37</sup> Ver Tabla 11, Balanza Comercial Estatal 1996, Los 5 principales sectores de exportación por su participación en el saldo de la Balanza Comercial Estatal

Para el periodo de 1997 el país experimentó un proceso de estabilidad aparente y de preparación para lograr el fortalecimiento económico que se vería reflejado hasta el año siguiente. Esta estabilidad aparente se debió básicamente a dos puntos, el primero de ellos, las fluctuaciones del tipo de cambio, las cuales no reflejaron cambios tan drásticos como lo había ocurrido con anterioridad, el segundo punto importante fue las acciones encaminadas por el gobierno federal con la finalidad de atraer nuevas e importantes inversiones directas e indirectas, así como reiterar la confianza en México para consolidar al país dentro de los principales destinos de inversión.

Sin embargo y a pesar de todas las acciones realizadas para consolidar a la economía, la Balanza Comercial Nacional presentó una baja considerable con respecto al año inmediato anterior el cual reportó un saldo de 6,531 millones de dólares, comparado con el monto registrado en 1997 el cual fue igual a 623 mil millones de dólares.<sup>38</sup>

Parte importante del saldo de la Balanza Comercial Nacional fue aportado por la Balanza Comercial del Estado de Puebla, la cual en ese mismo periodo alcanzó el importante monto de 1,469 millones de dólares; con respecto a este monto los tres sectores económicos que obtuvieron una participación considerable fueron los sectores que a continuación se enumeran: en primer lugar se situó el sector automotriz con un saldo igual a 1,865,816.023 dólares, el segundo lugar estuvo ocupado por el sector textil con 398'778,721 dólares, y por último el tercer lugar lo ocupó el sector muebles rústicos que para este periodo ya reflejaba el fruto de su éxito en los mercados internacionales, pues obtuvo un importante saldo comercial de 49,586,248 dólares.<sup>39</sup>

En síntesis, a partir de 1997 México comienza un momento importante de cambios económicos, políticos y sociales cuyos efectos tanto positivos como negativos se verán reflejados en sus finanzas públicas y en la cotidiana vida económica de los mexicanos.

Para concluir este análisis es preciso hacer mención sobre lo sucedido el año pasado, como ya se menciona anteriormente 1998 fue el año de la estabilidad económica, esto sin duda fue, gracias a las inversiones que se realizaron en nuestro país y en particular en el estado de Puebla.

<sup>38</sup> Ver Gráfica 6, Variación Balanza Comercial de México 1994 y 1998

<sup>39</sup> Ver Tabla 12, Balanza Comercial de Puebla por Capítulos 1997

Es preciso hacer mención que aunque la balanza comercial de México descendió nuevamente a -7741 millones de dólares, existía un clima de confianza en el país, logrando con esto que muchos estados mantuvieran su superávit comercial, tal es el caso de Baja California Norte, Puebla, Chihuahua, e incluso Chiapas.<sup>40</sup>

Puebla nuevamente participo favorablemente en el saldo de la Balanza Nacional, ya que para este año mantuvo un superávit de 1,855 millones de dólares, nuevamente fortalecido por el sector automotriz quien se mantuvo a la cabeza al reportar un saldo de 1,440'373,761 dólares, muy por encima del 2º lugar, que por 4º año consecutivo fue el ramo textil, con un saldo de mas de 77 millones de dólares. (Es necesario mencionar que en el estado de Puebla, el crecimiento de industrias textiles y manufactureras se incremento en más de un 100% desde 1994.

Esto es gracias a la participación e inversión extranjera que se tuvo en nuestro estado, esta confianza de los inversionistas extranjeros se debe principalmente al comportamiento positivo que ha mantenido nuestra balanza estatal en los últimos 4 años) Por otro lado la industria exportadora de muebles rústicos se ubico en 4º lugar al reportar un saldo de más de 11 millones de dólares, esto nos demostró nuevamente que este sector a pesar de tener pocos años en el extranjero, seguía impactando a los mercados internacionales, logrando tendencias superavitarias ascendentes año con año.<sup>41</sup>

Es importante aclarar que en 1998, Puebla obtuvo el 2º lugar a nivel nacional por su participación en el saldo de la Balanza Comercial, manteniéndose por encima de estados como Nuevo León, Jalisco e inclusive el Distrito Federal y Estado de México. *Esta participación fue del 27% del total del saldo nacional, de este porcentaje (correspondiente al saldo de la balanza comercial del estado de Puebla) el 7%, corresponde al sector muebles rústicos,*<sup>42</sup> como se puede observar en la gráfica anterior la participación estatal a escala nacional ha sido muy importante en los últimos 4 años, destacando los sectores automotriz, textil, cafetalero y el de muebles rústicos poblanos; este sin duda a sido un gran aliciente para todos aquellos inversionistas que intervinieron económicamente en Puebla, para atraer aun más inversiones y para hacer de este estado, uno de los más importantes de la Nación por su participación en la Balanza Comercial.

<sup>40</sup> Ver Tabla 2, Comercio Exterior por entidad federativa 1998

<sup>41</sup> Ver Tabla 14, Balanza Comercial de Puebla 1998, los 5 principales sectores de exportación

<sup>42</sup> Ver Gráfica 7, Comparativo del saldo de la Balanza Nacional, Estatal y sectorial 1998

Podemos mencionar entonces que, el estado de Puebla se vio beneficiado tanto con la política económica establecida por el gobierno federal como por la estatal para estos últimos 3 años, ya que, no solo promovieron las inversiones extranjeras, sino que también dieron apoyo a todas aquellas micro, pequeñas y medianas empresas que deseaban incorporarse en los mercados extranjeros por primera ocasión. El resultado no fue el deseado, pero sin duda alguna se obtuvieron grandes beneficios al participar año con año positivamente en el saldo de la Balanza Nacional, creando con esto nuevas expectativas comerciales en nuestro estado impulsándolo de esta forma, a los mercados internacionales.

## CAPITULO IV

### **Conclusiones Generales del Análisis**

Las conclusiones obtenidas del desarrollo del presente análisis proceden de la evaluación de la información proporcionada tanto por las empresas exportadoras de muebles rústicos analizadas como de las fuentes de información relacionadas con éste sector. De esta manera la presentación de las mismas se realizará conforme al orden de aparición de la información anteriormente mencionada.

En primer plano encontramos las conclusiones derivadas del análisis económico aplicado a las empresas exportadoras de muebles rústicos. En términos de ubicación geográfica, gran parte de las empresas exportadoras de muebles rústicos se sitúan en zonas de rápido acceso a las vías de comunicación de la ciudad de Puebla, esto con la finalidad de eficientar la reciprocidad de operación tanto con los proveedores como con los clientes.

Otra de las ventajas de la localización de las empresas exportadoras de muebles rústicos es que dichas empresas tienen la facilidad de poder adquirir las materias primas básicas a un menor costo y a un menor tiempo debido a la cercanía del estado con los estados productores del tipo de madera utilizada en la elaboración de los muebles rústicos del estado de Puebla, lo que significa que los fletes son menos costosos, así mismo el tiempo de entrega se reduce en forma considerable.

Cabe destacar que la gran mayoría de las empresas exportadoras de muebles rústicos, establecen sus plantas productoras en las áreas en las cuales pueden encontrar beneficios de las microempresas pertenecientes a éste ramo. Dentro de dichos beneficios se pueden mencionar, la obtención de mano de obra barata, materia prima pre-elaborada y disponibilidad inmediata de volúmenes de insumos requeridos para la producción final.

En cuanto al esquema mercadológico se pueden encontrar varios puntos a concluir como puede ser:

La forma de promoción, en este punto las empresas exportadoras de muebles rústicos *por lo general no utilizan planes estratégicos de promoción ya que solo se basan en exportar y un intermediario, distribuidor o comercializadora se ocupan de dicha promoción en el extranjero*<sup>43</sup>, esto desde el punto de vista comercial tiene sus ventajas y desventajas.

Una de las ventajas es que las empresas productoras no tiene que verse en la necesidad de implantar métodos tan complejos para poder promover sus productos, lo cual le tomaría tiempo y costo, esto se piensa que en un futuro funcionará mejor ya que la globalización de los mercados, servirá para conocer mejor el comercio internacional y poder crear planes estratégicos de promoción de muy buena calidad para los muebles rústicos del estado de Puebla, la desventaja consiste básicamente en que los productores no tienen un contacto directo con los consumidores finales, además de que los precios al detalle se elevan considerablemente, puesto que los intermediarios forman parte del aumento de los precios, y esto se refleja en la disminución del poder adquisitivo para el detallista.

Aunado a este tema, se concluye que una de las vías más importantes de lograr la comercialización de los productos de las empresas exportadoras de muebles rústicos, la constituye la asistencia a ferias internacionales promovidas por organismos gubernamentales y no gubernamentales, dichas ferias proporcionan numerosas e importantes ventajas, como lo son el promover y dar a conocer a los mercados internacionales los productos con los que se cuentan, a un muy bajo costo de promoción y en la mayoría de los casos en el propio país.

Podemos concluir que los métodos utilizados por las empresas exportadoras de muebles rústicos en materia de promoción y distribución no han sido los más óptimas, debido a que empresas no tan especializadas en la actividad exportadora de muebles rústicos realizan exportaciones de productos de mala calidad, que no cubren las estándares de excelencia, teniendo como resultado la venta de productos deficientes, desprestigiando a este sector en el extranjero y obstaculizando la entrada a otros que si lo cumplen.

Si bien las estrategias no son las mismas en todos los mercados, tienen cierta similitud, sobre todo al momento de buscar contactos claves que previamente ya son reconocidos en los países meta, tal es el caso de la Comunidad Europea, donde los productores de muebles rústicos, están consientes de que podrían mejorar sus métodos de distribución al utilizar a

---

<sup>43</sup> Ver Gráfica 8, Distribución de muebles en Europa

Holanda como puerta a las exportaciones de muebles rústicos, donde pueden asegurar el que sus productos entren libremente al resto de Europa.

En segundo plano y como se demostró en el capítulo anterior, el impacto económico que tuvieron las exportaciones de las empresas productoras de muebles rústicos en el estado de Puebla, fueron en gran medida positivas, al reportar en los últimos 5 años un superávit ascendente año con año, lo que refleja de igual forma un incremento en la generación de empleos y la entrada de divisas por la comercialización de estos productos.

Cabe mencionar que la economía poblana se ha visto fortalecida gracias a industrias como la Automotriz, la Textil y por la industria del mueble rústico de exportación, particularmente en la industria mueblera las ventajas fueron que al ser fabricados en Puebla, generaron una riqueza económica mayor en comparación con otros estados participantes en este sector; ya que al tener mano de obra calificada, materias primas nacionales y todo lo requerido para producción y comercialización de los mismos, sin necesidad de importar, disminuyendo así sus costos de producción y al mismo tiempo aumentando sus utilidades brutas.

Se menciona como ventaja, al hecho de no importar bienes o materias primas de otros países para la producción de muebles rústicos, debido a que todas las divisas generadas por la exportación y comercialización de dichos productos, se queda dentro del país, esto es, que hay un incremento en el circulante de las empresas productoras poblanas.

Podemos destacar las siguientes conclusiones referentes al Estado de Puebla y su comparativo con la Balanza Nacional. En el año de 1998 la Balanza Comercial de México reportó un déficit de más de 7 mil millones de dólares, lo anterior nos demuestra que a pesar de las políticas establecidas por el gobierno federal para promover las exportaciones, no estaban funcionando a tan corto plazo como se esperaba, de ahí que en este año, las importaciones siguieran creciendo como de forma acelerada como se venía demostrando desde el año de 1995. (Como se pudo apreciar en la Gráfica 6)

A pesar de esto, es preciso aclarar que algunos estados presentaron, en el mismo periodo un superávit ascendente en sus, tal es el caso y como se vio en la Gráfica 2, del estado de Puebla, donde a pesar de que también se incrementaron las importaciones, estas jamás rebasaron las exportaciones de sus principales sectores (tablas 3-7).

Un punto importante en la actividad económica del Estado de Puebla, representa que en los últimos años ésta se ha ubicado en el 7º lugar de acuerdo a su contribución al PIB Nacional.<sup>44</sup>

Es preciso hacer hincapié que los beneficios obtenidos al presentar un saldo superavitario, no solo fueron o son a nivel nacional, ya que en el estado de Puebla represento grandes ventajas dentro de los rubros: economía, generación de divisas, generación de empleos, mayor poder adquisitivo, por mencionar algunos.

En el rubro económico, el saldo de la balanza comercial de Puebla en los últimos años se ha ubicado en los primeros 5 lugares por su participación en el saldo de la balanza nacional, así se percato en las gráficas 4, 6 y 7.

En el ámbito empresas exportadoras de muebles rústicos, y en base al estudio aplicado a las empresas seleccionadas, descubrimos que este sector participa de manera constante, pese a su corta estancia exportadora, a demostrado con su participación en la balanza, que esta en la etapa de madurez, puesto que los últimos 5 años su saldo a sido superavitario, lo que nos indica que se ha rebasado su etapa de crecimiento, y así hoy en día en los mercados extranjeros, los productos muebles rústicos mexicanos ya estaban plenamente identificados.

Por parte de generación de divisas, el estado de Puebla se vio beneficiado con la participación de empresas extranjeras, ya que como se mencionó anteriormente y gracias a la política establecida por el gobierno Federal, se logró captar la mayoría de las empresas extranjeras que se ubicaron en México, específicamente en el ramo textil y automotriz. El sector muebles rústicos desgraciadamente en este rubro no se vio beneficiado, ya que la participación en este ramo es 100% mexicana.

En el rubro generación de empleos a nivel estatal y específicamente en el sector muebles de madera y metal para el año de 1998, los resultados obtenidos gracias a el aumento de los niveles de producción y por ende en la utilización de mayor número de mano de obra, se reportaron 50500 empleados promedio para éste sector de los cuales el sector muebles rústicos contribuyó con más del 10% de ésta cifra.<sup>45</sup>

<sup>44</sup> Ver Tabla 14, Comparativo del PIB Nacional y del Estado de Puebla 1980-1998

<sup>45</sup> Ver Tabla 15, Empresas Exportadoras de Muebles Rústicos en el Estado de Puebla

Al finalizar el presente análisis se logró determinar que la participación del sector muebles rústicos mantiene un lugar significativo dentro de la economía poblana, a pesar de que ésta participación puede verse minada por un lado por el sector automotriz el cual forma gran parte en la economía debido a la magnitud de ésta industria y por otra parte el sector textil, mismo que representa una actividad económica por tradición en la economía.

Debido al nivel de participación con el que cuenta el sector muebles rústicos podemos visualizar que el sector cuenta con las siguientes perspectivas:

El mercado de exportación presenta una amplia capacidad de absorber una gran parte de la producción nacional, si se aprovecha que en diversos países la aceptación de los muebles mexicanos es cada vez mayor, principalmente los muebles rústicos que son con lo que se tiene mayores ventajas competitivas en costo de mano de obra y estilo.

Sin embargo, por ser este un mueble con alto grado de elaboración artesanal en algunos casos los volúmenes de producción por empresa no pueden cubrir grandes pedidos, por lo que sería conveniente que se consolidara la producción de varias empresas artesanales para integrar una oferta más competitiva y aprovechar esta moda que se estima termine con el milenio.

En cuanto a los elementos de oferta exportable, el sector cuenta con un nivel de desarrollo capaz de incrementar sus volúmenes de exportación, para consolidar las exportaciones en los mercados en lo que ya se tiene participación, e identificar nuevos nichos. Sin embargo, sería conveniente promover la capacitación al contratar expertos de organismos internacionales, para dar el apoyo que requieran las empresas, de acuerdo a su tamaño y necesidades, en el uso de las herramientas adecuadas al tipo de producto que se desarrolle, reducción de tiempos de producción, y mejoras en calidad y volumen, comercialización y estructura organizacional.

Estado Unidos se constituye como el principal mercado del sector debido tanto a la cercanía geográfica como a la ventaja que representa para México el formar parte del Tratado de Libre Comercio de América del Norte; sin embargo, en los últimos años la posición de México como proveedor de ésta país está siendo desplazada por países asiáticos, principalmente en muebles industrializados (listos para ensamble o RTA y desarmables o Know Down).

El mueble rústico ha tenido buena aceptación y está de moda en éste mercado, pero para que se mantenga será necesario que los fabricantes de éstos productos estén innovando e incorporando nuevos diseños, que cuiden la calidad, ofrezcan un precio competitivo que dependerá en gran medida del canal de distribución que seleccionen.

Por lo anterior se debe intensificar la labor promocional a través de una mayor participación en ferias y exhibiciones internacionales, así como documentarse y obtener información de mercado más concreta como: listas de importadores por líneas de productos, rangos de precios y variaciones en el gusto del consumidor, así como las restricciones que el país imponga a los muebles importados tanto en normas de calidad como empaque y que son los factores que determinarán la duración o permanencia del producto en el mercado.

Los países europeos representan un mercado alternativo para las exportaciones mexicanas de muebles rústicos aun cuando actualmente las exportaciones a esos países no sean muy representativas.

Los muebles rústicos tienen un alto potencial en España, Francia y Alemania; sin embargo se deberá capacitar a las empresas para que adapten sus productos a este mercado y hacer una promoción adecuada con catálogos y listas de precios.

Para lo anterior, los Organismos privados deberán fomentar que las empresas estén dispuestas a participar en proyectos de exportación, invertir dinero, tiempo y esfuerzo en el proceso de aprendizaje de la actividad exportadora, en la diversificación de mercados y a la especialización de un producto como estrategia para incursionar en el mercado de exportación hacia un nicho de mercado particular.

Para finalizar es preciso hacer notar, que aun cuando se han reportado utilidades significativas dentro del sector muebles rústicos, estas no son distribuidas equitativamente y en manera proporcional dentro de la fuerza laboral que la integra, debido a que solo los dueños y accionistas de dichas empresas son quienes se ven directamente beneficiados tanto con las utilidades como con la generación de divisas.

Para evitar que la distribución de las riquezas generadas por el sector, se concentren en unas cuantas personas, proponemos la creación de un organismo capaz de interceder por las necesidades de la necesidad que conforma este sector.

Tal es el caso de un sindicato, sociedad o cámara (que realmente funcione como tal y en donde sus representantes velen por el bienestar de todos los trabajadores y no solo de las empresas que ellos forman parte) para apoyar tanto financiera como tecnológicamente, en capacitación, etc. para lograr de esta forma una mayor equidad y un mejor nivel económico dentro de la sociedad.



# ANEXOS

**1994 - 1998 ...  
IMPORTANCIA DE LAS  
EXPORTACIONES DE MUEBLES  
RÚSTICOS EN LA ECONOMÍA DEL  
ESTADO DE PUEBLA**

# **ANEXO 1**

## **Introducción al ANSI American National Standards Institute**

El American National Standards Institute (ANSI) ha servido en su capacidad como administrador y coordinador del sistema voluntario de la estandarización del sector privado de Estados Unidos por 80 años. Fundado en 1918 por cinco sociedades que la dirigen y tres agencias estatales, el instituto sigue siendo una organización privada para el control de calidad.

A través de su historia, la federación del ANSI ha mantenido como su meta fundamental el realce de la competitividad global de los negocios en los E.E.U.U. y de la calidad de la vida americana promoviendo y facilitando estándares de consenso y sistemas voluntarios del gravamen de la conformidad y promoviendo su integridad. Este instituto representa mucho interés para más de 1.400 compañías, entre organizaciones, agencias estatales, institucionales internacionales miembros.

Este instituto tiene su sede en Nueva York y coordina varias oficinas en la Unión Americana a través de satélites, principalmente en Washington D.C. El ANSI es el representante único de los E.E.U.U, es miembro del DDP de las dos organizaciones de estándares internacionales: International Organization for Standardization (ISO), como también del comité nacional de los E.E.U.U. (USNC) y de la Comisión electrotécnica internacional (IEC).

El ANSI era un miembro fundador de la ISO y desempeña un papel activo en los Estados Unidos. El ANSI es uno de los cinco miembros permanentes del consejo de la ISO, y uno de cuatro miembros permanentes del consejo de administración técnico de ISO. La participación de los E.E.U.U., a través del comité nacional de los E.E.U.U., es igualmente fuerte en el IEC.

A través del ANSI, los Estados Unidos tienen acceso inmediato los procesos del desarrollo de los estándares de la ISO y del IEC. Uno de los mejores indicadores de la fuerza del sistema de los E.E.U.U. es la confianza extensa del gobierno entero, y de los estándares privados del voluntariado del sector.

## **ANEXO 2**

### **PRESENTACIÓN DE LAS NORMAS**

#### ***¿Qué es la Norma ISO?***

La Organización Internacional de Estándares (ISO) consta de grupos nacionales (algunos privados, algunos gubernamentales, y algunos casi gubernamentales) que desarrollan los estándares mundiales usualmente de productos, servicios, y métodos de la administración.

Las normas de Calidad ISO 9000 establecen los requisitos que debe cumplir un Sistema de Calidad para poner de manifiesto la capacidad de un suministrador para dar satisfacción a su cliente, cumpliendo con unos procedimientos especificados en la ejecución de los distintos procesos.

Los requisitos establecidos en esta norma tienen fundamentalmente por objeto evitar que se produzcan productos o servicios no conformes durante la fabricación o ejecución de los mismos o, que si estos se producen, se detecten antes de su entrega al cliente, aplicando en último término las acciones correctoras precisas, y la implantación de los medios necesarios para conseguir estos objetivos.

Las Normas ISO 9000 son un conjunto de normas que son editadas por el Comité ISO / TC 176 "GESTIÓN DE LA CALIDAD Y ASEGURAMIENTO DE LA CALIDAD" perteneciente a la Organización Internacional de Estandarización (ISO).

#### ***LAS NORMAS MAS REPRESENTATIVAS SON:***

##### **ISO 9001 (94)**

SISTEMAS DE LA CALIDAD. MODELO PARA EL ASEGURAMIENTO DE LA CALIDAD EN EL DISEÑO, EL DESARROLLO, LA PRODUCCIÓN, LA INSTALACIÓN Y EL SERVICIO POSTVENTA.

##### **ISO 9002 (94)**

SISTEMAS DE LA CALIDAD. MODELO PARA EL ASEGURAMIENTO DE LA CALIDAD EN LA PRODUCCIÓN, LA INSTALACIÓN Y EL SERVICIO POSTVENTA.

##### **ISO 9003 (94)**

SISTEMAS DE LA CALIDAD. MODELO PARA EL ASEGURAMIENTO DE LA CALIDAD EN LA INSPECCIÓN Y LOS ENSAYOS FINALES.

### ***1. RESPONSABILIDAD DE LA DIRECCIÓN.***

La Dirección es la máxima responsable de la Calidad en la empresa y debe definir:

POLÍTICA DE CALIDAD  
OBJETIVOS DE CALIDAD  
ORGANIZACIÓN  
RECURSOS  
REPRESENTANTE DE LA DIRECCIÓN  
REVISIÓN POR LA DIRECCIÓN

### ***2. SISTEMA DE CALIDAD***

La empresa debe establecer, documentar y mantener al día un Sistema de Calidad que asegure la conformidad de los productos o servicios realizados con los requisitos especificados. Este sistema debe incluir:

MANUAL DE CALIDAD  
PROCEDIMIENTOS  
INSTRUCCIONES  
REGISTROS  
PLANIFICACIÓN DE LA CALIDAD

### ***3. REVISIÓN DEL CONTRATO***

La empresa debe disponer de un procedimiento sobre la revisión de los contratos (pedidos) establecidos con los clientes, en los cuales se especifican los requisitos de los productos o servicios a suministrar.

REVISIÓN DE OFERTAS Y PEDIDOS (CONTRATOS)  
MODIFICACIONES DEL CONTRATO  
REGISTROS

### ***4. CONTROL DEL DISEÑO***

La empresa debe disponer de procedimientos para controlar y verificar el diseño del producto, con el fin de asegurar que se cumplen los requisitos especificados.

PLANIFICACIÓN DEL DISEÑO Y DEL DESARROLLO  
DATOS DE PARTIDA Y FINALES DEL DISEÑO  
REVISIÓN, VERIFICACIÓN Y VALIDACIÓN DEL DISEÑO

## ***5. CONTROL DE LA DOCUMENTACIÓN Y DE LOS DATOS***

La empresa debe disponer de procedimientos para controlar todos los documentos y datos relacionados con el Sistema de Calidad. Se incluyen también los documentos de origen externo (normas planas, especificaciones del cliente).

**APROBACIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE DOCUMENTOS  
CAMBIO EN LOS DOCUMENTOS**

## ***6. COMPRAS***

La empresa debe disponer de procedimientos para asegurar que los productos o servicios comprados cumplan con los requisitos especificados.

Es necesario definir los productos y servicios afectados (materias primas, materiales, componentes, embalajes, transportes, equipos de inspección, laboratorios externos, etc.).

**EVALUACIÓN DE PROVEEDORES  
DATOS SOBRE LAS COMPRAS  
VERIFICACIÓN DE LOS PRODUCTOS COMPRADOS**

## ***7. CONTROL DE LOS PRODUCTOS SUMINISTRADOS POR LOS CLIENTES***

La empresa debe disponer de procedimientos para asegurar que los productos o servicios comprados cumplen con los requisitos especificados. Es necesario registrar e informar al cliente sobre cualquier producto suministrado por él y que haya sido perdido, dañado o que sea inadecuado para su uso.

## ***8. IDENTIFICACIÓN Y TRAZABILIDAD DE LOS PRODUCTOS***

La empresa debe disponer de procedimientos para asegurar que los productos están correctamente identificados es la recepción de los mismos, en todas las etapas del proceso y en la entrega de los mismos Clientes.

## *9. CONTROL DE LOS PROCESOS*

La empresa debe identificar y planificar los procesos de fabricación que afecten directamente a la calidad, y asegurar que se llevan a cabo en condiciones controladas, que deben incluir:

- \*Procedimientos documentados que definan la forma de fabricar los productos.
- \*Utilización de equipos de producción adecuados.
- \*Cumplimiento de las normas de referencia y planes de calidad aplicables.
- \*Supervisión y control de los parámetros del proceso y de las características del producto.
  
- \*Aprobación de procesos y equipos (Si procede).
- \*Definición de los criterios de ejecución del trabajo (Instrucciones de Trabajo).
- \*Definición del mantenimiento de las máquinas e instalaciones para asegurar la capacidad continuada del proceso.

## *10. INSPECCIÓN Y ENSAYO*

La empresa debe establecer procedimientos que cubran todas las actividades de inspección y ensayo con el objeto de verificar que se cumplen los requisitos especificados del producto.

INSPECCIÓN EN RECEPCIÓN  
INSPECCIÓN EN PROCESO  
INSPECCIÓN FINAL  
REGISTROS

## *11. CONTROL DE LOS EQUIPOS DE INSPECCIÓN, MEDICIÓN Y ENSAYO*

La empresa debe establecer procedimientos para controlar, calibrar y realizar el mantenimiento de los equipos de inspección, medición y ensayo. Los equipos utilizados deben asegurar que la incertidumbre de la medida es conocida y compatible con la capacidad de medida requerida.

- \* Determinar las mediciones a realizar y la exactitud requerida.
- \* Identificar todos los equipos y calibrarlos a intervalos definidos con patrones.
- \* Identificar los equipos con el estado de calibración (conformidad, próxima calibración).

- \* Conservar los registros de las calibraciones realizadas.
- \* Evaluar la validez de los resultados de las inspecciones realizadas, cuando se compruebe que el equipo no era conforme tras realizar la calibración.
- \* Asegurar que las calibraciones se realizan en condiciones ambientales adecuadas.
- \* Asegurar la manipulación y el almacenamiento de los equipos para evitar su deterioro.

## *12. ESTADOS DE INSPECCIÓN Y ENSAYOS*

Se deben identificar con medios apropiados el estado del producto desde el punto de vista de la inspección (determinar si se ha inspeccionado o no) para determinar su conformidad.

## *13. CONTROL DE PRODUCTOS NO CONFORMES*

La empresa debe establecer procedimientos para asegurar que los productos no conformes con los requisitos especificados no se utilicen de forma no intencionada.

## *14. ACCIONES CORRECTORAS Y PREVENTIVAS*

La empresa debe establecer procedimientos para asegurar la implantación de acciones correctoras y preventivas, que serán proporcionales a la magnitud del problema detectado y los riesgos que se puedan derivar.

Las acciones correctoras se realizan para evitar que se produzcan las causas de no-conformidad.

Las acciones preventivas se realizan para evitar que se produzcan causas de no-conformidad.

## *15. MANIPULACIÓN, ALMACENAMIENTO, EMBALAJE, CONSERVACIÓN Y ENTREGA*

La empresa debe establecer procedimientos para asegurar la manipulación, el almacenamiento, el embalaje, la conservación y la entrega de los productos.

## *16. CONTROL DE LOS REGISTROS DE LA CALIDAD*

La empresa debe establecer procedimientos para asegurar que todos los registros de la calidad son:

Identificados  
Recogidos del lugar donde se han generado  
Codificados  
Definido el acceso a los mismos  
Archivados  
Definido el destino final.

## *17. AUDITORÍAS INTERNAS DE LA CALIDAD*

La empresa debe establecer procedimientos para planificar auditorías internas de calidad con el objeto de verificar la adecuación de las actividades relativas a la calidad

Las auditorías internas deben:

Programarse en función de la naturaleza e importancia de las actividades.  
Ser realizadas por personal independiente de la actividad auditada.  
Registrarse los resultados obtenidos.  
Informar sobre el resultado a los responsables de las áreas auditadas.  
Definir las acciones correctoras a implantar por el responsable del área.  
Realizar actividades para comprobar la eficacia de las acciones correctoras.

## *18. FORMACIÓN*

La empresa debe establecer procedimientos para determinar las necesidades de formación y adiestramiento y realizar acciones formativas a todo el personal que realice actividades que afecten a la calidad.

## *19. SERVICIO POSVENTA*

La empresa debe establecer procedimientos para realizar las actividades ligadas al servicio posventa del producto, siempre que sea aplicable. Es necesario verificar e informar a la Dirección sobre la eficacia y funcionamiento del servicio posventa.

## **ANEXO 3**

### **ISO 14000**

Escrito por Richard Coates  
Traducido por K.M. García

Una de las iniciativas corporativas más recientes para facilitar el comercio internacional es el ISO 14000.

ISO 14000 es una serie de Estándares Ambientales Administrativos ahora en curso de creación por ISO. El Instituto Norteamericano de Estándares Nacionales (ANSI) es el representante norteamericano para el Comité Técnico 207 de ISO. El Instituto World Stewardship (WSI) es un miembro votante de este comité lo cual está desarrollando los estándares de ISO 14000.

Un asunto de interés en el desarrollo de los estándares es el uso e interpretación del etiquetado ambiental de consumo. Las etiquetas ambientales se originaron independientemente en muchas industrias para resolver dos problemas:

- 1) Las presiones competitivas en el mercado recompensan a las compañías que pueden "exteriorizar" más costos posibles y
- 2) No se pueden realizar preferencias del consumidor por productos y servicios no contaminantes que preservan a los recursos naturales sin proveer de información exacta y sincera disponible al consumidor.

Exteriorizar los costos significa pasar los gastos del fabricante al público. El resultado es un precio del producto que es menos que el costo verdadero de producción. Señales inexactas de costos causan el reparto ineficaz e imprudente de recursos. Los efectos de la exteriorización de costos son evidentes en todas partes. Los riesgos a la salud por la contaminación aérea de los automóviles o el costo de la aumentación de huracanes e inundaciones por causa del efecto invernadero lo cual resulta del CO<sub>2</sub> producido por los autos, no están incluidos en el precio de los coches. Si los costos verdaderos estuvieran incluidos en el precio, es probable que escogeríamos alternativas menos costosas que la transportación por automóvil.

Tradicionalmente, los gobiernos han usado su poder de internacionalizar los costos por medio de leyes y reglas. Pero mientras las corporaciones han aumentado sus riquezas y poder, la influencia que éstas tienen en el gobierno ha acabado con los límites.

Para que las tendencias alternativas del mercado reemplazan a las reglas del gobierno, los consumidores tienen que ser informados de los méritos relativos ambientales de los productos y servicios que usan. Intervienen compañías privadas y organizaciones sin fines de lucro.

Como la conciencia de los problemas asociados con la externalización de costos llegó a ser más obvia, muchas organizaciones sociales y ambientales trataron de llenar el vacío informativo. Crearon etiquetas para indicar el contenido reciclado, posibilidad del producto de ser reciclado, las prácticas agrícolas orgánicas, prácticas de silvicultura sostenible, y otras prácticas y características de importancia ambiental.

Algunas empresas adoptaron entusiásticamente las etiquetas por reconocer su potencialidad como un instrumento comercial para atender a un mercado especial. Mientras las etiquetas ganaban popularidad otros empresarios olían una oportunidad y empezaron, a la tradición de las empresas de revisión de cuentas, a vender credibilidad a otras empresas en la forma de certificados y etiquetas ambientales. Eventualmente, y con frecuencia a petición de la industria, el gobierno intervino a estandarizar muchas de las etiquetas por ejemplo "orgánico" y "reciclado". Al fin y al cabo, el gobierno era más sujeto a presiones de la industria que eran las compañías privadas o las sin fines de lucro.

Aunque las reglas dentro de estados o países pueden ser estandarizadas, las corporaciones transnacionales no piensan que sean suficientes. Ven las varias etiquetas ecológicas, algunas patrocinadas por gobiernos nacionales, como "barreras comerciales" inaceptables.

Efectivamente, algunos países usan las etiquetas ecológicas como un método de limitar productos extranjeros de sus mercados sin barreras arancelarias. En consecuencia, hay un gran mercado para la estandarización internacional de etiquetas ecológicas.

ISO 14000 intenta armonizar los intereses competitivos de estados nacionales, grupos comerciales regionales, sectores industriales, corporaciones transnacionales, empresas de revisión de cuentas y consultivas, y unas organizaciones ambientales. ISO todavía no ha llegado a un acuerdo en cuanto a los estándares de etiquetas ambientales. Pero hay un acuerdo general en cuanto a varios principios a los cuales las etiquetas ecológicas tienen que ajustarse. Éstos incluyen:

- 1) etiquetas deben ser exactas, verificables, y no engañosas;*
- 2) etiquetas no deben crear barreras comerciales;*
- 3) etiquetas deben ser basadas en las ciencias;*
- 4) etiquetas deben tomar en consideración el ciclo vital completo del producto o servicio;*
- 5) etiquetas deben estimular el mejoramiento del producto o servicio.*

ISO ha identificado tres tipos generales de etiquetas:

**Etiquetas del Tipo I** son basadas en criterios múltiples determinados por programas voluntarios terceros. El German Blue Angel y el US Green Seal son ejemplos de etiquetas de Tipo I.

**Etiquetas de Tipo II** son declaraciones informativas sobre el ambiente por parte del propio fabricante. La "espiral Mobius" usada para indicar los contenidos reciclados de productos es una etiqueta de Tipo II.

**Etiquetas de Tipo III** proveen información sobre los contenidos del producto basada en verificación independiente usando índices predefinidos. El Sistema de Certificación Científica "Eco-Descripción Certificada" es un ejemplo de una etiqueta del Tipo III.

## **ANEXO 4**

### **Sistema Generalizado de Preferencias Arancelarias (SGP)**

El Sistema Generalizado de Preferencias Arancelarias es una concesión unilateral no recíproca que los países desarrollados otorgan a las naciones menos avanzadas por medio de una tarifa arancelaria preferencial para sus productos.

Como se ha señalado, los beneficios del SGP se otorgan discrecionalmente a los países en desarrollo. Hoy en día existe un total de 12 esquemas SGP, de los cuales México es beneficiario de 10, ya que el acceso preferencial de nuestros productos a Estados Unidos y Canadá se realiza en el marco del Tratado de Libre Comercio de América del Norte.

Los mercados a los que pueden ingresar los productos mexicanos en forma preferencial son: Australia, Bulgaria, Checoslovaquia, Hungría, Japón, Noruega, Nueva Zelanda, Polonia, Suiza y la Unión Europea (que comprende 15 países: Alemania, Austria, Bélgica, Dinamarca, España, Finlandia, Francia, Reino Unido, Grecia, Holanda, Irlanda, Italia, Luxemburgo, Portugal y Suecia).

Cabe señalar que el esquema que prevalecía en la Unión de Repúblicas Soviéticas Socialistas ha sufrido modificaciones a raíz de su desmembramiento y reordenación. Así, hay inconsistencia en la aplicación de las preferencias por parte de las repúblicas que integran la actual Comunidad de Estados Independientes. Los esquemas vigentes del SGP establecen una lista de países beneficiarios y una lista de productos que, en principio, gozan de un margen preferencial o la entrada con franquicia de los mismos. Para hacerse acreedor a dicha preferencia es necesario presentar un certificado de origen.

Las exclusiones se aplican principalmente a bienes y productos, provenientes de naciones en desarrollo, que podrían perjudicar a la industria nacional de los países receptores.

*Certificado de origen.* Los países desarrollados que han establecido un esquema preferencial para las naciones en desarrollo solicitan que cada una de las importaciones que se realicen vayan acompañadas de un certificado de origen forma "A". Este es un documento oficial que expide la Secofi antes de cada exportación con objeto de acreditar que el producto es fabricado en México.

## ANEXO 5

### GENERAL AGREEMENT OF TARIFFS AND TRADE (GATT)

Es necesario aclarar desde el comienzo que el Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio (GATT) eran dos cosas a la vez, 1) un acuerdo internacional, es decir, un documento en el que se establecían las normas que regulaban el comercio internacional, y 2) una organización internacional creada posteriormente para prestar apoyo al acuerdo. El texto del acuerdo podía compararse a un instrumento legislativo y la organización era semejante a un Parlamento y a un poder judicial reunidos en un órgano único.

Como indica su historia, el intento de crear un organismo de comercio internacional propiamente dicho en el decenio de 1940 no tuvo éxito. Sin embargo, los redactores del GATT convinieron en que deseaban la aplicación de las nuevas normas y disciplinas, aunque sólo fuera con carácter provisional. Posteriormente los funcionarios de los gobiernos necesitaron reunirse para examinar las cuestiones relacionadas con el acuerdo y para celebrar negociaciones comerciales. Esto requería servicios de secretaría, lo que dio lugar a la creación de una organización *ad hoc*, que siguió existiendo durante casi medio siglo. El GATT, organismo internacional, ya no existe. Ha sido sustituido por la Organización Mundial del Comercio.

#### Principales diferencias

- I. El GATT tuvo un carácter *ad hoc* y provisional.
- II. El Acuerdo General nunca fue ratificado por los Parlamentos de los miembros, y no contenía ninguna disposición sobre la creación de una organización.
- III. La OMC y sus Acuerdos tienen un carácter permanente. Como organización internacional, la OMC tiene una sólida base jurídica porque sus miembros han ratificado los Acuerdos de la OMC, y éstos estipulan el modo de funcionamiento de la OMC.
- IV. La OMC tiene "miembros". El GATT tenía "partes contratantes", lo que subrayaba el hecho de que oficialmente el GATT era un texto jurídico.
- V. El GATT se ocupaba del comercio de mercancías.
- VI. La OMC abarca también los servicios y la propiedad intelectual.
- VII. El sistema de solución de diferencias de la OMC es más rápido y más automático que el antiguo sistema del GATT. Sus decisiones no pueden ser objeto de trabas.
- VIII. El GATT, el acuerdo, sigue existiendo, pero ya no es el principal conjunto de normas que regulan el comercio internacional. Además, ha sido actualizado.

**¿Qué es lo que ha ocurrido?** Cuando se creó el GATT, después de la segunda guerra mundial, el comercio internacional consistía fundamentalmente en el comercio de mercancías. Desde entonces, el comercio de servicios, transportes, viajes, servicios bancarios, seguros, telecomunicaciones, servicios de consultoría, etc.- ha llegado a ser mucho más importante. Lo mismo ha sucedido con el comercio de ideas (invenciones y dibujos y modelos industriales, así como los bienes y servicios que incorporan esta "propiedad intelectual").

El Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio siempre reguló el comercio de mercancías, y lo sigue haciendo. Ha sido modificado y se ha incorporado a los nuevos Acuerdos de la OMC. Este GATT actualizado coexiste con el nuevo Acuerdo General sobre el Comercio de Servicios (AGCS) y con el Acuerdo sobre los Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual relacionados con el Comercio (ADPIC). La OMC los reúne en una única organización, un único conjunto de normas y un único sistema de solución de diferencias. En resumen, la OMC no es simplemente una ampliación del GATT. Es mucho más que eso.

## **EI GATT**

Si bien el GATT ya no existe como organización internacional, el Acuerdo del GATT sigue existiendo. El antiguo texto se denomina actualmente "GATT de 1947". La versión actualizada se denomina "GATT de 1994". Además, los principios fundamentales del GATT han sido incluidos en los acuerdos relativos a los servicios y la propiedad intelectual. Entre ellos figuran la no-discriminación, la transparencia y la previsibilidad. Como la OMC, organización de más amplio alcance, se desarrolló a partir del GATT, se podría decir que el retoño es más frondoso que el árbol que le dio origen.

## **Las raíces de la OMC antes GATT: desde La Habana hasta Marrakech**

La creación de la OMC, el 1º de enero de 1995, significó la mayor reforma del comercio internacional desde la segunda guerra mundial. También hizo realidad en una forma actualizada- el intento fallido de crear la Organización Internacional de Comercio (OIC) en 1948. Hasta 1994, el sistema de comercio fue regulado por el GATT, rescatado de la tentativa infructuosa de crear la OIC. El GATT ayudó a establecer un sistema multilateral de comercio firme y próspero que se hizo cada vez más liberal mediante rondas de negociaciones comerciales. Sin embargo, hacia el decenio de 1980 el sistema necesitaba una reorganización a fondo. Esto condujo a la Ronda Uruguay y en última instancia a la OMC.

## **El GATT: "provisional" durante casi medio siglo**

Desde 1948 hasta 1994, el Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio (GATT) estableció las reglas aplicables a una gran parte del comercio mundial, y en este espacio de tiempo hubo períodos en los que se registraron las tasas más altas de crecimiento del comercio internacional. A pesar de su apariencia de solidez, el GATT fue durante esos 47 años un acuerdo y una organización de carácter provisional.

La intención original era crear una tercera institución que regulara la cooperación económica internacional, añadiéndose a las "instituciones de Bretton Woods", conocidas actualmente como el Banco Mundial y el Fondo Monetario Internacional. El plan completo, según lo previsto por más de 50 países, era crear una Organización Internacional de Comercio (OIC) como organismo especializado de las Naciones Unidas. El proyecto de Carta de la OIC era ambicioso. Además de establecer disciplinas para el comercio mundial, contenía también normas en materia de empleo, convenios sobre productos básicos, prácticas comerciales restrictivas, inversiones internacionales y servicios.

Ya antes de que la Carta fuera definitivamente aprobada, 23 de los 50 participantes decidieron en 1946 celebrar negociaciones para reducir y consolidar los aranceles aduaneros. La segunda guerra mundial acababa de terminar y esos países deseaban impulsar rápidamente la liberalización del comercio y empezar a soltar el enorme lastre de las medidas proteccionistas que seguían en vigor desde comienzos del decenio de 1930.

Esa primera ronda de negociaciones dio origen a 45.000 concesiones arancelarias, que afectaban aproximadamente a una quinta parte del comercio mundial (por valor de 10.000 millones de dólares EE.UU.). Los 23 países también convinieron en aceptar algunas de las normas comerciales estipuladas en el proyecto de Carta de la OIC. Consideraron que esto se debía hacer rápida y "provisionalmente" para proteger el valor de las concesiones arancelarias que habían negociado.

El conjunto de las normas comerciales y las concesiones arancelarias pasó a denominarse Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio. Entró en vigor en enero de 1948, mientras la Carta de la OIC aún se seguía negociando. Los 23 países fueron los miembros (oficialmente, "partes contratantes") fundadores del GATT.

## **Rondas comerciales del GATT**

<b>Año</b>	<b>Lugar/nombre</b>	<b>Temas abarcados</b>	<b>Países</b>
<b>1947</b>	<b>Ginebra</b>	Aranceles	23
<b>1949</b>	<b>Annecy</b>	Aranceles	13
<b>1951</b>	<b>Torquay</b>	Aranceles	38
<b>1956</b>	<b>Ginebra</b>	Aranceles	26
<b>1960-61</b>	<b>Ginebra (Ronda Dillon)</b>	Aranceles	26
<b>1964-67</b>	<b>Ginebra (Ronda Kennedy)</b>	Aranceles y medida antidumping.	62
<b>1973-79</b>	<b>Ginebra (Ronda de Tokio)</b>	Aranceles, medidas no arancelarias y acuerdos relativos al marco jurídico.	102
<b>1986-94</b>	<b>Ginebra (Ronda Uruguay)</b>	Aranceles, medidas no arancelarias, normas, servicios, propiedad intelectual, solución de diferencias, textiles, agricultura, creación de la OMC, etc.	123

Aunque la Carta de la OIC fue finalmente aprobada en una Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Empleo, celebrada en La Habana en marzo de 1948, la ratificación de este instrumento por algunas legislaturas nacionales resultó imposible. La oposición más importante se manifestó en el Congreso de los Estados Unidos, pese a que el Gobierno de este país había desempeñado un papel decisivo. En 1950, el Gobierno de los Estados Unidos anunció que no pediría al Congreso que ratificara la Carta de La Habana, lo que supuso prácticamente la muerte de la OIC.

A pesar de su carácter provisional, el GATT siguió siendo el único instrumento multilateral por el que se rigió el comercio internacional desde 1948 hasta el establecimiento de la OMC en 1995.

Durante casi medio siglo, el texto jurídico básico del GATT siguió siendo en gran parte el mismo de 1948. Se hicieron adiciones en forma de acuerdos "plurilaterales" (es decir, de participación voluntaria), y prosiguieron los esfuerzos por reducir los aranceles.

Gran parte de ello se logró mediante una serie de negociaciones multilaterales denominadas "rondas". Los avances más importantes en la liberación del comercio mundial se realizaron por medio de estas rondas, celebradas bajo los auspicios del GATT.

En los años iniciales, las rondas de negociaciones comerciales del GATT se concentraron en continuar el proceso de reducción de los aranceles. Después, la Ronda Kennedy dio lugar, a mediados del decenio de 1960, a un Acuerdo Antidumping del GATT. La Ronda de Tokio, celebrada en el decenio de 1970, fue el primer intento importante de abordar los obstáculos comerciales que no consisten en aranceles y de mejorar el sistema. La Ronda Uruguay, que fue la octava y que se celebró entre 1986 y 1994, fue la última y la de mayor envergadura. Dio lugar a la creación de la OMC y a un nuevo conjunto de acuerdos.

### **La Ronda de Tokio: primer intento de reformar el sistema**

La Ronda de Tokio tuvo lugar entre 1973 y 1979, y en ella participaron 102 países. Esta Ronda prosiguió los esfuerzos del GATT por reducir progresivamente los aranceles. Entre sus resultados cabe señalar una reducción media de un tercio de los derechos de aduana en los nueve principales mercados industriales del mundo, con lo que el arancel medio aplicado a los productos industriales descendió al 4,7%. Las reducciones arancelarias, escalonadas durante un período de ocho años, conllevaban un elemento de "armonización": cuanto más elevado el arancel, proporcionalmente mayor era la reducción.

En los demás aspectos, la Ronda de Tokio tuvo éxitos y fracasos. No logró resolver los problemas fundamentales que afectaban al comercio de productos agropecuarios ni tampoco pudo poner en pie un nuevo acuerdo sobre "salvaguardias" (medidas de urgencia contra las importaciones). En cambio, de las negociaciones surgieron una serie de acuerdos sobre obstáculos no arancelarios, que en algunos casos interpretaban normas del GATT ya existentes y en otros abrían caminos enteramente nuevos.

En la mayoría de los casos, sólo un número relativamente reducido de los miembros del GATT (principalmente países industrializados) se adhirieron a esos acuerdos. Como no fueron aceptados por la totalidad de los miembros del GATT, a menudo se les daba informalmente el nombre de "códigos".

No tenían un carácter multilateral, pero representaban un comienzo. Varios de esos códigos resultaron finalmente modificados en la Ronda Uruguay y se convirtieron en compromisos multilaterales aceptados por todos los miembros de la OMC. Sólo cuatro de ellos siguen siendo acuerdos "plurilaterales": los relativos a la contratación pública, la carne de bovino, los productos lácteos y las aeronaves civiles.

## **¿Tuvo éxito el GATT?**

El GATT tenía un carácter provisional y un campo de acción limitado, pero su éxito en el fomento y el logro de la liberalización de gran parte del comercio mundial durante 47 años es incontrovertible. Las continuas reducciones de los aranceles contribuyeron por sí solas a estimular durante los decenios de 1950 y 1960 el crecimiento del comercio mundial, que alcanzó tasas muy elevadas (alrededor del 8% anual por término medio). Y el ímpetu de la liberalización del comercio contribuyó a que el crecimiento de éste sobrepasara en todo momento el aumento de la producción durante la era del GATT, lo que demostraba la creciente capacidad de los países para comerciar con los demás y para aprovechar los beneficios del comercio. La afluencia de nuevos miembros durante la Ronda Uruguay fue una prueba del reconocimiento de que el sistema multilateral de comercio constituía un soporte del desarrollo y un instrumento de reforma económica y comercial. Pero con el transcurso del tiempo se plantearon nuevos problemas. La Ronda de Tokio fue un intento por abordarlos, pero sus logros resultaron limitados. Esto fue un signo de los tiempos difíciles que se avecinaban.

El éxito logrado por el GATT en la reducción de los aranceles a niveles tan bajos, unido a una serie de recesiones económicas en el decenio de 1970 y en los primeros años de 1980, incitó a los gobiernos a idear otras formas de protección para los sectores que se enfrentaban con una mayor competencia en los mercados exteriores. Las elevadas tasas de desempleo y los constantes cierres de fábricas impulsaron a los gobiernos en Europa Occidental y en América del Norte a tratar de concertar con sus competidores acuerdos bilaterales de reparto del mercado y a emprender una carrera de subvenciones para mantener sus posiciones en el comercio de productos agropecuarios, hechos ambos que minaron la credibilidad y la efectividad del GATT.

El problema no se limitaba al deterioro del clima de política comercial. A comienzos del decenio de 1980, el Acuerdo General no respondía ya a las realidades del comercio mundial como lo había hecho en el decenio de 1940. En primer lugar, este comercio era mucho más complejo e importante que 40 años atrás: estaba en curso la "mundialización" de la economía, el comercio de servicios -no abarcado por las normas del GATT- era de gran interés para un número creciente de países, y las inversiones internacionales se habían incrementado. La expansión del comercio de servicios estaba también relacionada con nuevos incrementos del comercio mundial de mercancías. Se estimaba que las normas del GATT resultaban deficientes también en otros aspectos. Por ejemplo, en el sector de la agricultura, en el que los puntos débiles del sistema multilateral se habían aprovechado abundantemente, y los esfuerzos por liberalizar el comercio de productos agropecuarios habían tenido escaso éxito.

En el sector de los textiles y el vestido, se negoció en el decenio de 1960 y primeros años del de 1970 una excepción a las disciplinas normales del GATT, que dio lugar al Acuerdo Multifibras. Incluso la estructura institucional del GATT y su sistema de solución de diferencias eran motivos de preocupación. Estos y otros factores persuadieron a los miembros del GATT de que debía hacerse un nuevo esfuerzo por reforzar y ampliar el sistema multilateral. Ese esfuerzo se tradujo en la Ronda Uruguay, la declaración de Marrakech y la creación de la OMC.

# **ANEXO 6**

## **EMPRESAS ALTAMENTE EXPORTADORAS (ALTEX)**

### **DECRETO PARA LAS EMPRESAS ALTAMENTE EXPORTADORAS**

ERNESTO ZEDILLO PONCE DE LEON, Presidente Constitucional de los Estados Unidos Mexicanos, en ejercicio de la facultad que al Ejecutivo Federal confiere el artículo 89 fracción I de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, y con fundamento DECRETO PARA EL FOMENTO Y OPERACION DE LAS EMPRESAS ALTAMENTE EXPORTADORAS

ARTICULO 1o.- El presente Decreto tiene por objeto establecer un programa de concertación que apoye la operación y otorgue facilidades administrativas a las empresas altamente exportadoras.

Artículo 2o.- Para los efectos de este Decreto se entenderá por:

- I. Empresas Altamente Exportadoras, a las personas productoras de mercancías no petroleras de exportación, que participan de manera dinámica y permanente en los mercados internacionales;
- II. Exportador directo, a la persona establecida en México, productora de bienes no petroleros, que directamente vende en el exterior dichos productos;
- III. Exportador indirecto, al productor de bienes no petroleros proveedor de insumos incorporados a productos vendidos en el exterior por cualquier persona, y
- IV. Constancia de registro, a la constancia de inscripción en el Registro Nacional de Empresa Altamente Exportadora.

ARTICULO 3o.- Con el objeto de adoptar mecanismos que eliminen obstáculos administrativos y apoyen las operaciones de comercio exterior de las empresas altamente exportadoras, se establece:

- I. Las Dependencias y entidades de la Administración Pública Federal, deberán adoptar mecanismos de apoyo que en la esfera de sus competencias faciliten las exportaciones de las empresas altamente exportadoras, y
- II. Los gobiernos de los Estados establecerán dentro de su jurisdicción, apoyos y facilidades administrativas que promuevan y agilicen el establecimiento y desarrollo de las empresas altamente exportadoras

Artículo 4o.- La Secretaría de Comercio y Fomento Industrial será la encargada de concertar los apoyos y facilidades que las dependencias y entidades de la Administración Pública Federal y los Gobiernos de los Estados otorguen a las Empresas Altamente Exportadoras.

ARTICULO 5o.- La Secretaría de Comercio y Fomento Industrial registrará como empresa altamente exportadora y expedirá la constancia correspondiente a las empresas que cumplan con los siguientes requisitos:

I. Las empresas exportadoras directas deberán demostrar saldo favorable en su balanza comercial y exportaciones directas por valor mínimo anual de 3 millones de dólares o de un millón de dólares como mínimo y que esta cantidad represente cuando menos el 40 % de sus ventas totales.

II. as empresas exportadoras indirectas deberán demostrar ventas anuales de mercancías incorporadas a productos de exportación o exportadoras por terceros, por un valor mínimo equivalente al 50 % de sus ventas totales. Para tal efecto, el exportador final deberá presentar carta compromiso mediante la cual se obligue a exportar las mercancías adquiridas en la proporción acordada;

III. Las empresas de comercio exterior deberán demostrar que cuentan con registros expedido por la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial, que les acredite como tales;

V. Presentar solicitud por escrito en el formato único que al efecto proporcione la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial, el cual contendrá la descripción de su programa de comercio exterior.

Artículo 6o.- La constancia de registro tendrá una vigencia indefinida, siempre que su titular cumpla con las disposiciones de este Decreto.

Artículo 7o.- El titular de la constancia de registro deberá presentar a la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial, en el mes de abril, el informe de las operaciones de comercio exterior que haya efectuado en el año calendario anterior, conforme al instructivo que establezca dicha Secretaría.

ARTICULO 8o.- La constancia de registro deberá presentarse ante las Dependencia de la Administración Pública Federal, a fin de que se les otorguen las facilidades administrativas que se establezcan para este tipo de empresas, de conformidad con los convenios que al efecto se suscriban.

ARTICULO 11.- En materia fiscal y aduanera, las Empresas Altamente Exportadoras gozarán de:

I. Los beneficios del Programa de Devolución Inmediata para Contribuyentes Altamente Exportadores, cuando obtengan saldo a favor en sus declaraciones provisionales del Impuesto al Valor Agregado;

II. La exención del requisito de segunda revisión de las mercancías exportadas en la aduana de salida, siempre y cuando éstas hayan sido despachadas en una aduana interior, y

III. La posibilidad de nombrar a un apoderado aduanal para varias aduanas y diversos productos, previa autorización de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público.

ARTICULO 12.- El Banco Nacional de Comercio Exterior implementará apoyos financieros específicos para las empresas altamente exportadoras.

ARTICULO 13.- La Secretaría de Comercio y Fomento Industrial cancelará el registro correspondiente aquellas empresas que no cumplan con obligaciones, compromisos y condiciones establecidos o contraídos en el mismo sin perjuicio de las soluciones que procedan conforme a las disposiciones aplicables.

#### TRANSITORIO

UNICO.- El presente Decreto entrará en vigor al día siguiente de su publicación en el Diario Oficial de la Federación.

# **ANEXO 7**

## **PROGRAMA DE IMPORTACIÓN TEMPORAL PARA PRODUCIR ARTÍCULOS DE EXPORTACIÓN (PITEX)**

ERNESTO ZEDILLO PONCE DE LEON, Presidente Constitucional de los Estados Unidos Mexicanos, en ejercicio de la facultad que al Ejecutivo Federal confiere el artículo 89 fracción I de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, y con fundamento DECRETO

QUE ESTABLECE PROGRAMAS DE IMPORTACION TEMPORAL PARA PRODUCIR ARTICULOS DE EXPORTACION

ARTICULO 1o.- Se establece el Programa de Importación Temporal para Producir Artículos de Exportación, que será administrado por la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial.

ARTICULO 2o.- Para los efectos de este Decreto, se entenderá por:

I. Secretaría, a la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial;

II. Exportadores , a las personas físicas o morales productoras de bienes no petroleros establecidas en el país que realicen directa o indirectamente exportaciones;

III. Exportadores indirectos, a los proveedores de insumos que se incorporen a productos que serán vendidos en el exterior por empresas inscritas en el Registro Nacional de la Industria Maquiladora, empresas con Programa de Importación Temporal para Producir Artículos de Exportación, o con registro de Empresas de Comercio Exterior;

IV. Programa, al Programa de Importación Temporal para Producir Artículos de Exportación;

V. Planta, a la nave industrial que sea identificable por contar con instalaciones productivas físicamente independientes del resto de la empresa;

VI. Proyecto específico de exportación, a la fabricación de un producto diferenciado del resto de los elaborados por la empresa, y

VII. Mermas, a los residuos de las mercancías importadas temporalmente que no se puedan incorporar a los productos obtenidos, así como la parte de dichas mercancías que se pierdan o consuman en el proceso productivo.

VIII. Constancia de Exportación, al documento comprobatorio de exportaciones indirectas, expedido por empresas inscritas en el Registro Nacional de la Industria Maquiladora; con Programa, o Empresas de Comercio Exterior, conforme al formato que al efecto establezca la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, publicado en la resolución que establece Reglas Fiscales de Carácter General relacionadas con el Comercio Exterior.

ARTICULO 3o.- Los exportadores podrán obtener la autorización de un programa que les otorgará los derechos previstos en este Decreto.

ARTICULO 4o.- Las empresas de comercio exterior, con registro vigente expedido por la Secretaría, podrán suscribir programas en los términos de este Decreto para proyectos específicos de exportación.

ARTICULO 5o.- El programa dará derecho a sus titulares a importar temporalmente lo siguiente:

I. Materias primas, partes y componentes que se destinen totalmente a integrar mercancías de exportación;

II. Envases, empaques, contenedores y cajas de trailers que se destinen totalmente a contener mercancías de exportación;

III. Combustibles, lubricantes, materiales auxiliares, refacciones y equipo que se consuman dentro del proceso productivo de la mercancía de exportación;

IV. Maquinaria, equipo, instrumentos, moldes y herramienta duradero, destinado al proceso productivo y equipo para el manejo de materiales relacionados directamente con los bienes de exportación, y

V. Aparatos, equipos y accesorios de investigación seguridad industrial, control de calidad, comunicación, capacitación de personal, informática, y para la prevención y control de la contaminación ambiental y otros vinculados con el proceso productivo de los bienes de exportación.

ARTICULO 6o.- La Secretaría, por conducto de la Dirección General de Servicios al Comercio Exterior o de sus Delegaciones Coordinadoras Regionales y Federales, autorizará los programas a que se refiere este Decreto, conforme a las siguientes bases:

I. La importación de las mercancías comprendidas en las fracciones I, III y III del artículo 5o. de este Decreto, se autorizarán a los exportadores que realicen anualmente ventas al exterior por valor superior a 500,000 dólares de los Estados Unidos de América, o su equivalente en otras divisas o bien, facturen productos de exportación cuando menos por el 10% de sus ventas totales, y

II. La importación de las mercancías a que se refieren las fracciones IV y V del artículo 5o. de este Decreto, se autorizarán a los exportadores que realicen anualmente ventas al exterior por un valor mínimo del 30% de sus ventas totales.

Los porcentajes a que se refiere este artículo también podrán ser calculados con respecto a plantas o proyectos específicos de exportación, en cuyo caso el programa sólo será aplicable a dichas plantas o proyectos.

Para los programas autorizados por proyecto específico de exportación, las exportaciones del producto objeto del programa deberán compensar como mínimo, al término del segundo año de operación, el valor de las importaciones de la mercancías comprendidas en las fracciones IV y V del artículo 5o. de este Decreto.

ARTICULO 9o.- La Secretaría consignará en las resoluciones mediante las cuales autorice un programa, los porcentajes de mermas declarados por el titular, los cuales deberán corresponder efectivamente a tales conceptos, y podrán deducirse de la importación temporal.

La Secretaría de Hacienda y Crédito Público podrá verificar las cantidades de mermas declaradas y, en su caso, deberá informar a la Secretaría los ajustes necesarios al porcentaje establecido en el programa.

Las mercancías a que se refiere la fracción III del artículo 5o. de este Decreto serán consideradas como mermas en su totalidad, por lo que el titular del programa no requerirá demostrar su retorno al extranjero, siempre que acredite que fueron importadas en cantidades y valores que efectivamente corresponden a tales conceptos. Los montos excedentes causarán el pago de impuestos, cuotas compensatorias, derechos y los accesorios que correspondan conforme a la legislación aplicable.

ARTICULO 10.- El titular de un programa podrá acogerse a las facilidades previstas en las disposiciones en materia aduanera para exportar e importar sus productos por las distintas aduanas del país y en una o varias partidas. Asimismo, utilizar el sistema de descargo de primeras entradas primeras salidas, a fin de facilitar el despacho aduanero de las mercancías.

ARTICULO 10 A.- Las mercancías que se enajenen a una empresa con programa, a una inscrita en el Registro Nacional de la Industria Maquiladora, o a Empresas de Comercio Exterior, serán consideradas como exportadas definitivamente con la presentación de la Constancia de Exportación correspondiente, expedida por dicha empresa.

La expedición de la Constancia de Exportación no requiere la presentación de pedimento de importación o exportación alguno; sin embargo, las mercancías que ampara la Constancia deben ser exportadas en su totalidad directa o indirectamente.

ARTICULO 11.- Los exportadores que realicen importaciones temporales de mercancías al amparo de este Decreto no requerirán tener su propiedad.

La Secretaría podrá autorizar que personas distintas al titular efectúen procesos complementarios de transformación o elaboración, siempre que cumplan con los requisitos establecidos en el programa.

Asimismo, podrá autorizar que las mercancías que se refieren las fracciones IV y V del artículo 5o. de este Decreto, puedan ser vendidas, cedidas o rentadas a un tercero, mediante el contrato correspondiente, siempre que dichos bienes se destinen a elaborar los productos de exportación y cumplan con lo establecido en la fracción II del artículo 6o. de este Decreto, para lo cual será exigible la carta de responsabilidad solidaria de los créditos fiscales que pudieran derivar de la operación, de conformidad con lo establecido en el artículo 26 fracción VIII o Código Fiscal de Federación.

En ambos casos la Secretaría deberá notificar autorizaciones mencionadas a la Secretaría de Hacienda y Crédito Público.

ARTICULO 12.- El titular de un programa podrá obtener autorización para modificar el régimen de importación de los bienes a que se refieren las fracciones IV y V del artículo 5o y aplicar el arancel, tipo de cambio y valor de estos bienes, vigentes a la fecha del cambio de régimen, conforme a lo establecido en la Ley Aduanera.

ARTICULO 13.- En los programas se podrá autorizar la venta en el mercado nacional de los productos elaborados con mercancías importadas a amparo hasta por un 30 % del valor de las exportaciones objeto del programa que realice la empresa. Esta autorización estará sujeta a que la empresa mantenga saldo positivo de divisas en la operación de su programa.

La Secretaría otorgará, en su caso, el permiso previo para la importación definitiva de los productos que se trate, debiéndose cubrir los impuestos de importación correspondientes a las fracciones arancelarias de los insumos importados e incorporados en los productos objeto de esta autorización.

En el caso de que los insumos importados al amparo del programa se encuentren concesionados al país de procedencia, conforme a los acuerdos y tratados comerciales suscritos por México, será aplicable el arancel preferencial correspondiente siempre que el titular cuente con el certificado de origen respectivo.

ARTICULO 15.- La Secretaría podrá autorizar que empresas que operan al amparo del Decreto para el Fomento y Operación de la Industria Maquiladora de Exportación, publicado en el Diario Oficial de la Federación el 22 de diciembre de 1989, se acojan al presente Decreto para plantas o proyectos distintos de los que se encuentren registrados bajo dicho régimen o previa renuncia expresa de la empresa a los beneficios de aquel Decreto. En éste último caso, la Secretaría de Hacienda y Crédito Público y la Secretaría en la esfera de sus respectivas competencias, precisarán las condiciones, plazos y garantías para el cumplimiento que hubiese suscrito como industria maquiladora, en materia aduanal, fiscal, cambiaría o de otro tipo.

ARTICULO 16.- Las importaciones temporales y las exportaciones realizadas al amparo del programa no requerirán de permisos previos ni de autorización administrativa específicas de ninguna clase, salvo que los programas incluyan mercancías sujetas a dichos requisitos por razones de seguridad nacional, sanitaria, fitopecuarias o ecológicas. En todo caso, la exención de permisos y de autorizaciones a que se refiere este artículo se entiende sin perjuicio del cumplimiento de otras disposiciones legales que sean aplicables.

ARTICULO 17.- Durante la vigencia de los programas, los exportadores podrán solicitar su ampliación o modificación justificando su petición, con el fin de incorporar mercancías de importación y exportación no previstas originalmente en los mismos.

La Secretaría comunicará a la Secretaría de Hacienda y Crédito Público los términos en los que fue aprobado el programa, su modificación o aplicación, en un plazo que no excederá de tres días hábiles a partir de su aprobación.

ARTICULO 18.- Las Delegaciones Coordinadoras Regionales y Federales de la Secretaría podrán autorizar programas en los términos de las reglas que al efecto se expidan.

ARTICULO 19.- Los Interesados en obtener la autorización de un programa su modificación o ampliación, deberán presentar su solicitud debidamente requisitada ante la Secretaría, con forme al instructivo que al efecto se establezca.

ARTICULO 20.- La autorización del programa incluirá lo siguiente:

- I. Campo de aplicación vigencia del programa;
- II. Las mercancías de exportación e importación temporal, objeto del programa;
- III. Los plazos de permanencia en el país de los bienes importados temporalmente;
- IV. Porcentajes de mermas y desperdicios y tratamiento aduanal de los mismos; y
- V. Compromisos y obligaciones.
- VI. La vigencia del programa conforme a los compromisos contraídos por México en acuerdos y tratados internacionales.

ARTICULO 21.- El titular de un programa deberá informar anualmente a la Secretaría de las operaciones de comercio exterior realizadas al amparo del programa a más tardar el último día hábil del mes de abril, conforme al instructivo que al efecto se establezca. La presentación de este informe no exime a los titulares de la obligación de contar con un control de sus inventarios como lo señala la Ley Aduanera, así como de conservar a disposición de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público la documentación correspondiente durante el plazo señalado en el Código Fiscal de la Federación.

ARTICULO 22.- En caso de incumplimiento por parte de los exportadores a lo dispuesto en el presente decreto o a los términos establecidos por el programa que les hubiere sido aprobado, la Secretaría de Hacienda y Crédito Público y la Secretaría, en la esfera de sus respectivas competencias, podrán cancelar el programa respectivo y aplicar las multas a que haya lugar conforme a las disposiciones correspondientes.

ARTICULO 23.- Se faculta a la Secretaría de Hacienda y Crédito Público y a la Secretaría para expedir, dentro de sus respectivas competencias, las disposiciones necesarias para la aplicación de este Decreto.

## TRANSITORIOS

ARTICULO PRIMERO.- El presente Decreto entrará en vigor al día siguiente de su aplicación en el Diario Oficial de la Federación.

ARTICULO SEGUNDO.- Se abroga el Decreto que establece Programas de Importación Temporal para Producir Artículos de Exportación, publicado en el Diario Oficial de la Federación el 9 de mayo de 1985.

ARTICULO TERCERO.- Las empresas que a la fecha de entrada en vigor del presente Decreto se encuentren disfrutando de los beneficios de resoluciones particulares expedidas al amparo del Decreto que se abroga, podrán continuar disfrutando de los mismos hasta el vencimiento del término fijado en las resoluciones particulares respectivas, o acogerse al presente Decreto.

## **ANEXO 8**

### **EMPRESAS DE COMERCIO EXTERIOR (ECEX)**

#### **DECRETO PARA REGULAR EL ESTABLECIMIENTO DE EMPRESAS DE COMERCIO EXTERIOR**

ERNESTO ZEDILLO PONCE DE LEON, Presidente de los Estados Unidos Mexicanos, en ejercicio de la facultad que me confiere el artículo 89 fracción I de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, y con fundamento en los artículos 31 y 34 de la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal, y

#### **CONSIDERANDO**

Que el Decreto para regular el establecimiento de Empresas de Comercio Exterior (ECEX), publicado en el Diario Oficial de la Federación el 3 de mayo de 1990, ha sido un instrumento eficaz al eliminar obstáculos administrativos que impedían el desarrollo de ese sector empresarial;

Que la experiencia obtenida de la operación de los mecanismos previsto en ese Decreto, ha permitido detectar la necesidad de simplificar trámites aduanales para fomentar que el proveedor nacional venda a la Empresa de Comercio Exterior;

Que para dicha empresa es indispensable que la compra realizada en México de productos que serán posteriormente vendidos en el exterior, sea estimada como exportación a fin de promover la oferta y el abastecimiento nacional, y

Que es necesario que las Empresas de Comercio Exterior apoyen a las productoras nacionales para así favorecer sus operaciones de comercio exterior y la adecuación de productos a los requerimientos del mercado internacional, he tenido a bien expedir el siguiente:

#### **DECRETO PARA REGULAR EL ESTABLECIMIENTO DE EMPRESAS DE COMERCIO EXTERIOR.**

ARTICULO 1o.- El presente Decreto tiene por objeto regular el establecimiento y desarrollo de las empresas de comercio exterior, así como determinar el régimen al que estarán sujetas.

ARTICULO 2o.- Se consideran empresas de comercio exterior, las sociedades mercantiles que obtengan registro como tales por parte de la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial, y cumplan con lo establecido en el presente Decreto.

ARTICULO 3o.- Las empresas de comercio exterior deberán constituirse conforme a la Ley General de Sociedades Mercantiles bajo la forma de sociedad anónima de capital variable, y la composición de dicho capital deberá cumplir con lo establecido en las disposiciones aplicables.

Las sociedades nacionales de crédito podrán participar con capital de riesgo en las empresas de comercio exterior, conforme a las condiciones que establezca la Secretaría de Hacienda y Crédito Público.

ARTICULO 4o.- Las Empresas de Comercio Exterior deberán tener como objeto social la promoción, comercialización integral y consolidación de exportaciones de mercancías no petroleras, en los mercados internacionales, así como la prestación de servicios para apoyar a las empresas productoras en sus operaciones de comercio exterior, realizando actividades como las siguientes:

- I. Integrar oferta exportable adecuada a los requerimientos de los mercados internacionales
- II. Realizar operaciones de intermediación mercantil;
- III. Conjuntar la oferta y promover la exportación de mercancías de empresas productoras preferentemente medianas y pequeñas;
- IV. Diagnosticar y asesorar a las empresas productoras para la adecuación de sus productos a los requerimientos del mercado internacional;
- V. Elaborar estudios de mercado y catálogos, participar en ferias y organizar eventos promocionales;
- VI. Fomentar la integración de partes y componentes de proveedores nacionales a mercancías de exportación;
- VII. Orientar sus actividades a la creación de una imagen en el extranjero para los productos mexicanos a través de marcas propias; y
- VIII. Proporcionar servicios integrales a las compañías productoras, diversificando sus actividades hacia aspectos como transporte y aseguramiento.

ARTICULO 5o.- Las Empresas de Comercio Exterior deberán presentar a la Secretaría un programa anual, que señale la forma en que llevarán a cabo las actividades a que se refiere el artículo anterior. Asimismo, deberán incluir, en su caso, el informe de actividades correspondiente al año de calendario anterior conforme al instructivo establecido. Dichas Empresas podrán realizar cualquier actividad de comercio exterior, incluyendo la importación de mercancías para su venta en el mercado nacional.

ARTICULO 6o.- La Secretaría de Comercio y Fomento Industrial registrará como Empresas de Comercio Exterior y expedirá la constancia correspondiente a las empresas que se encuentren en los supuestos previstos en el presente Decreto y cuenten con un capital social fijo no menor en moneda nacional, equivalente a 100,000 dólares de los Estados Unidos de América, al tipo de cambio publicado por el Banco de México en el Diario Oficial de la Federación, correspondiente a la fecha de su constitución.

ARTICULO 7o.- Una vez obtenido su registro, las empresas de comercio exterior deberán cumplir con las siguientes condiciones:

I. Conservar un capital social fijo en moneda nacional no menor al acreditado en el momento de su registro, y

II. A los dos años contados a partir de la fecha de su registro:

A) Realizar exportaciones anuales facturadas por cuenta propia de mercancías no petroleras por un importe mínimo de tres millones de dólares de los Estados Unidos de América. Para el

cumplimiento de esta condición se podrá sumar al valor de las exportaciones el de las ventas de manufacturas a las industrias maquiladoras de exportación, y

B) Mantener saldo positivo en su balanza comercial, entendiendo por ésta, el resultado de restar al valor total de las divisas obtenidas por la exportación de mercancías facturadas por cuenta propia, el valor total, en divisas, de las mercancías importadas por la empresa.

ARTICULO 8o.- La Secretaría de Comercio y Fomento Industrial autorizará a las empresas de comercio exterior, conforme a las disposiciones correspondientes, lo siguiente:

A) Expedición de constancia de empresa altamente exportadora;

B) Programas de Importación Temporal para Producir Artículos de Exportación, relativos a proyectos específicos de exportación, y

C) Servicio de información comercial gratuito.

ARTICULO 9o.- Las enajenaciones que efectúen residentes en el país a las empresas de comercio exterior, se asimilarán a la exportación aun cuando dichas empresas no se dediquen exclusivamente a la referida actividad, para los efectos de la Ley del Impuesto al Valor Agregado, y de la aplicación de la fracción III del artículo 2o de la Ley del Impuesto Especial sobre Producción y Servicios.

Las mercancías objeto de estas enajenaciones deberán cumplir con las disposiciones aduaneras que al efecto se establezcan.

ARTICULO 10.- Las empresas de comercio exterior obtendrán los beneficios que establece el artículo 24 del Reglamento de la Ley del Impuesto al Activo.

ARTICULO 10A.- Las mercancías que se enajenen a una Empresa de Comercio Exterior, serán consideradas como exportadas definitivamente con la presentación de la Constancia de Exportación correspondiente.

La expedición de la Constancia de Exportación no requerirá la presentación de pedimento de importación o exportación alguno; sin embargo, las mercancías que ampara la Constancia, deben ser exportadas en su totalidad directa o indirectamente.

La Constancia de Exportación deberá ser emitida por la Empresa de Comercio Exterior, en el formato que al efecto expida la Secretaría de Hacienda y Crédito Público.

ARTICULO 11.- La Secretaría de Hacienda y Crédito Público, podrá autorizar que las Empresas de Comercio Exterior nombren a un apoderado aduanal para varias aduanas y diversos productos"

ARTICULO 12.- El Banco Nacional de Comercio Exterior implementará el Programa de Apoyo Financiero a las empresas de comercio exterior, de conformidad con las reglas que al efecto se expidan.

ARTICULO 13.- La Secretaría de Comercio y Fomento Industrial podrá suspender o cancelar el registro de aquellas empresas de comercio exterior que incumplan las disposiciones de este Decreto o presenten información falsa para su registro.

# **ANEXO 9**

## **MAQUILA DE EXPORTACIÓN**

### **SECRETARIA DE COMERCIO Y FOMENTO INDUSTRIAL**

DECRETO para el fomento y operación de la Industria Maquiladora de Exportación. Al margen un sello con el Escudo Nacional, que dice: Estados Unidos Mexicanos.- Presidencia de la República. ERNESTO ZEDILLO PONCE DE LEÓN, Presidente de los Estados Unidos Mexicanos, en ejercicio de la facultad que me confiere el artículo 89, fracción I, de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, con fundamento en los artículos 90, 106, segundo párrafo, 108 a 112 de la Ley Aduanera, y 27, 31, 32, 32 Bis, 34, 36, 37 y 40 de la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal, y CONSIDERANDO

Que el Plan Nacional de Desarrollo 1995-2000 establece que el desarrollo económico de México exige una intensa relación con el resto del mundo a través del comercio, la inversión y la transferencia de tecnología;

Que el Programa de Política Industrial y Comercio Exterior establece la necesidad de fortalecer a la industria maquiladora de exportación y de mejorar el acceso de las empresas medianas y pequeñas a los programas de maquila;

Que la industria maquiladora, por sus actividades orientadas hacia los mercados del exterior, es un importante generador de exportaciones y de divisas para el país que contribuye además a elevar la competitividad de la industria nacional;

Que, en promedio, se establecen en nuestro país 50 maquiladoras por mes, por lo que dicha industria representa una importante fuente generadora de empleo, así como de capacitación y adiestramiento de la mano de obra que contribuye al fortalecimiento de la actividad económica nacional;

Que la industria maquiladora a través de sus diversas actividades es de manera creciente un sector transmisor y generador de tecnología;

Que en los últimos años ha sido necesario adecuar el marco jurídico aplicable a la industria maquiladora de exportación, en función de los términos negociados en el Tratado de Libre Comercio de América del Norte y de conformidad con el Acuerdo para la Desregulación de la Actividad Empresarial, y

Que con el objeto de mejorar la competitividad y abatir los costos de las empresas maquiladoras de exportación, es necesario eliminar y simplificar algunos requisitos actualmente vigentes, he tenido a bien expedir el siguiente

## **DECRETO PARA EL FOMENTO Y OPERACIÓN DE LA INDUSTRIA MAQUILADORA DE EXPORTACIÓN**

### **CAPÍTULO I**

#### **DISPOSICIONES GENERALES**

ARTÍCULO 1o.- El presente Decreto tiene por objeto promover el establecimiento y regular la operación de empresas que se dediquen total o parcialmente a realizar actividades de maquila de exportación.

ARTÍCULO 2o.- Las empresas maquiladoras de exportación deberán atender a las siguientes prioridades nacionales:

I.- Crear fuentes de empleo;

II.- Fortalecer la balanza comercial del país a través de una mayor aportación neta de divisas;

III.- Contribuir a una mayor integración interindustrial y coadyuvar a elevar la competitividad internacional de la industria nacional, y

IV.- Elevar la capacitación de los trabajadores e impulsar el desarrollo y la transferencia de tecnología en el país.

ARTÍCULO 3o.- Para los efectos del presente Decreto se entiende por:

I.- Ley, a la Ley Aduanera;

II.- Reglamento, al Reglamento de la Ley Aduanera;

III.- Secretaría, a la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial;

IV.- Grupo de Trabajo, al Grupo de Trabajo para la Industria Maquiladora de Exportación;

V.- Operación de Maquila, al proceso industrial o de servicio destinado a la transformación, elaboración o reparación de mercancías de procedencia extranjera importadas temporalmente para su exportación posterior, realizado por empresas maquiladoras o que se dediquen parcialmente a la exportación en los términos de este Decreto;

VI.- Maquiladora de exportación, a la empresa, persona física o moral, a la que en los términos del presente ordenamiento le sea aprobado un programa de operación de maquila y exporte la totalidad de su producción, sin perjuicio de lo previsto en el artículo 16 de este Decreto;

VII.- Maquiladora por capacidad ociosa, a la empresa, persona física o moral, que establecida y orientada a la producción para el mercado nacional, le sea aprobado en los términos del presente ordenamiento, un programa de maquila para la exportación;

VIII.- Maquiladora de servicios: a la empresa que en los términos del presente ordenamiento le sea aprobado un programa de operación de maquila y cuya actividad sea la de realizar servicios que tengan como finalidad la exportación o apoyar a ésta. Estas actividades de servicio podrán ser también hacia empresas maquiladoras o hacia empresas con programa de importación temporal para producir artículos de exportación;

IX.- Maquiladora que desarrolle programas de albergue: a la empresa, persona física o moral, que en los términos del presente ordenamiento le sea aprobado un proyecto de exportación, y a la cual las empresas extranjeras le facilitan la tecnología y el material productivo, sin que estas últimas operen directamente dichos proyectos;

X.- Submaquila, a los procesos complementarios industriales o de servicios destinados a la transformación, elaboración o reparación de la actividad objeto del programa, realizados por persona distinta al titular del mismo;

XI.- Programa, a la declaración de actividades de operación de maquila de acuerdo al formato único en el que se especificará:

- a) Datos de la empresa,
- b) Descripción del proceso,
- c) Características del producto o servicio, y
- d) Lista de bienes que se propone importar temporalmente, para ser utilizados en la operación de Maquila;

XII.- Exportadores indirectos, a los proveedores de mercancías que se utilicen en el proceso productivo de bienes que sean vendidos en el exterior por empresas inscritas en el Registro Nacional de la Industria Maquiladora; empresas con Programa de Importación Temporal para producir Artículos de Exportación, o con Registro de Empresas de Comercio Exterior, y

XIII.- Constancia de Exportación, al documento comprobatorio de exportaciones indirectas, expedido a empresas inscritas en el Registro Nacional de la Industria Maquiladora; con Programa de Importación Temporal para producir Artículos de Exportación, o con Registro de Empresas de Comercio Exterior.

## CAPÍTULO II DE LOS PROGRAMAS DE MAQUILA DE EXPORTACIÓN

ARTÍCULO 4o.- La Secretaría podrá autorizar la inscripción en el Registro Nacional de la Industria Maquiladora a las personas residentes en el país en términos del artículo 9o. del Código Fiscal de la Federación, que presenten un programa y que cumplan con los requisitos previstos en este Decreto, bajo las modalidades siguientes:

- I.- Maquiladora de exportación;
- II.- Maquiladora por capacidad ociosa;
- III.- Maquiladora de servicios, y
- IV.- Maquiladora que desarrolle programas de albergue.

ARTÍCULO 5o.- Al aprobar el programa la Secretaría asignará a cada empresa la clave que le corresponda dentro del Registro Nacional de la Industria Maquiladora, la que deberá ser utilizada en todos los trámites que se realicen ante las dependencias o entidades de la Administración Pública Federal, sin perjuicio de otros registros que aquéllas requieran. La vigencia de los programas estará en función de los compromisos que, en su caso, hayan sido contraídos por los Estados Unidos Mexicanos en acuerdos y tratados internacionales.

ARTÍCULO 6o.- Los interesados en la aprobación o ampliación de un programa, deberán presentar su solicitud ante la Secretaría en los formatos que ésta establezca y cumplir, entre otros, con los requisitos siguientes:

- I.- En su caso, presentar copia certificada del acta constitutiva de la sociedad y las modificaciones a la misma;
- II.- Presentar copia del registro en el Instituto Mexicano del Seguro Social;
- III.- Presentar contrato de arrendamiento o compra venta del local;
- IV.- Presentar contrato colectivo de trabajo o, en su caso, individuales;
- V.- Presentar copia del Registro Federal de Contribuyentes;

VI.- Presentar contrato de maquila debidamente protocolizado ante federativo público;

VII.- Opinión por parte de las autoridades responsables, en el caso de que la solicitud esté relacionada con proyectos agroindustriales, así como las dirigidas a la utilización de recursos minerales, pesqueros y forestales. De acuerdo con las características de los procesos tecnológicos del proyecto que se presente, se deberá contar con la opinión de la autoridad correspondiente en materia ecológica y de protección al ambiente, y

VIII.- En caso de requerirlo, presentar la asignación de cuota textil de exportación por parte de la oficina competente de esta Secretaría o, en su caso, carta responsiva en donde se manifieste que la materia prima es originaria de la región conforme a lo establecido en el Tratado de Libre Comercio de América del Norte.

La Secretaría deberá dar respuesta a las solicitudes en un plazo de diez días hábiles, concluido el plazo sin que se emita resolución, se entenderá que se aprueba la solicitud respectiva, debiendo la Secretaría expedir la constancia escrita, a petición del solicitante, en un plazo no mayor de tres días hábiles.

ARTÍCULO 7o.- La Secretaría comunicará a la Secretaría de Hacienda y Crédito Público los términos en los que fue aprobado el programa o la ampliación del mismo, en un plazo que no excederá de tres días hábiles a partir de su aprobación.

ARTÍCULO 8o.- A quien se le apruebe o amplíe un programa podrá importar temporalmente, en los términos del mismo y conforme a la Ley y al Reglamento, las siguientes mercancías:

I.- Materias primas y auxiliares, así como envases, material de empaque, etiquetas y folletos necesarios para complementar la producción base del programa;

II.- Herramienta, equipos y accesorios de producción, de seguridad industrial y productos necesarios para la higiene, asepsia, y para la prevención y control de la contaminación ambiental de la planta productiva, manuales de trabajo y planos industriales, así como equipo de telecomunicación y cómputo;

III.- Maquinaria, aparatos, instrumentos y refacciones para el proceso productivo, equipo de laboratorio, de medición y de prueba de sus productos y los requeridos para el control de calidad, para capacitación de su personal, así como equipo para el desarrollo administrativo de la empresa, y

IV.- Cajas de trailers y contenedores. Tratándose de los bienes a que se refieren las fracciones I y IV de este artículo, su permanencia en el país no deberá exceder de dos años, contados a partir de la fecha de importación. Los bienes a que se refieren las fracciones II y III podrán permanecer en el país durante la vigencia del programa.

ARTÍCULO 9o.- Cuando por circunstancias especiales los bienes objeto de la operación de maquila se encuentren sujetos a cuotas específicas de exportación, la Secretaría aprobará los programas de acuerdo con las políticas de asignación de los montos disponibles. La asignación de cuotas de exportación será otorgada por las delegaciones y subdelegaciones federales de la Secretaría, previa autorización de la unidad administrativa competente.

ARTÍCULO 10.- Las solicitudes relacionadas con proyectos agroindustriales, así como aquéllas dirigidas a la utilización de recursos minerales, pesqueros y forestales, se analizarán conforme a la legislación y los programas del Gobierno Federal para dichos sectores, y los de preservación y restauración del equilibrio ecológico y la protección al ambiente. Las dependencias involucradas en estos proyectos, responderán en diez días hábiles a las consultas que sobre el particular efectúe la Secretaría.

ARTÍCULO 11.- Dentro de los desperdicios podrá incluirse el material que ya manufacturado en el país sea rechazado por los controles de calidad de la empresa, así como los envases y material de empaque que se hubieran importado como un todo en las mercancías importadas temporalmente.

ARTÍCULO 12.- Las empresas a las que se apruebe un programa se comprometerán a observar lo siguiente:

I.- Cumplir con los términos establecidos en el programa que le fue autorizado;

II.- Destinar los bienes importados, al amparo de su programa, a los fines específicos para los que fueron autorizados y, en su caso, usar debidamente las cuotas de exportación que se le asignan conforme al artículo 9o. de este Decreto;

III.- Contratar y capacitar al personal en cada uno de los niveles que corresponda, en los términos que establezcan las disposiciones legales vigentes en la materia;

IV.- Estar al corriente de las obligaciones fiscales y laborales que les correspondan, y

V.- En el caso de suspensión de actividades, notificarla a la Secretaría, en un término que no excederá de diez días naturales contados a partir de la fecha en que suspenda sus operaciones.

ARTÍCULO 13.- Las empresas a las que se apruebe un programa proporcionarán la información que les soliciten la Secretaría y la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, y que esté directamente relacionada con la verificación del cumplimiento del programa autorizado, dentro del plazo que para tal efecto dichas dependencias les señalen. Asimismo deben dar las facilidades que requiera el personal de dichas dependencias, para que efectúen las revisiones necesarias sobre el cumplimiento del programa. Dicha verificación deberá sujetarse a lo previsto en la Ley Federal de Procedimiento Administrativo.

ARTÍCULO 14.- Todo programa deberá cumplir con los requerimientos en materia de ecología y de protección del medio ambiente, conforme a las disposiciones vigentes.

ARTÍCULO 15.- Las personas inscritas en el Registro deberán informar anualmente a la Secretaría, de las operaciones de comercio exterior realizadas al amparo del programa, a más tardar el último día hábil del mes de abril conforme al formato que al efecto se establezca.

ARTÍCULO 16.- Las maquiladoras podrán destinar parte de su producción al mercado nacional conforme a los siguientes:

- I.- En 1994, hasta el 55% del valor total de sus exportaciones anuales del año anterior;
- II.- En 1995, hasta el 60% del valor total de sus exportaciones anuales del año anterior;
- III.- En 1996, hasta el 65% del valor total de sus exportaciones anuales del año anterior;
- IV.- En 1997, hasta el 70% del valor total de sus exportaciones anuales del año anterior;
- V.- En 1998, hasta el 75% de valor total de sus exportaciones anuales del año anterior;
- VI.- En 1999, hasta el 80% del valor total de sus exportaciones anuales del año anterior, y
- VII.- En 2000, hasta el 85% del valor total de sus exportaciones anuales del año anterior.

A partir de 2001, las ventas de las maquiladoras al mercado doméstico no estarán sujetas a ningún límite, por lo que podrán destinar la totalidad de su producción al mercado nacional.

**ARTÍCULO 17.-** Las ventas en el mercado nacional, quedarán sujetas a que los productos finales estén exentos del requisito de permiso previo de importación. Tratándose de productos que no satisfagan esta condición, se deberá obtener el permiso de importación respectivo.

**ARTÍCULO 18.-** El pago del impuesto general de importación sobre los productos a vender en el mercado nacional se efectuará aplicando el arancel correspondiente a las partes y componentes extranjeros. Cuando proceda, será aplicable el arancel preferencial que corresponda, conforme a los acuerdos y tratados internacionales comerciales suscritos por los Estados Unidos Mexicanos.

El arancel preferencial se aplicará, siempre que las mercancías hayan ingresado al territorio nacional bajo la vigencia del acuerdo o tratado correspondiente, y que el importador cumpla con los requisitos y condiciones establecidos en el mismo.

**ARTÍCULO 19.-** Las maquiladoras que deseen realizar ventas en el mercado nacional deberán cumplir además con los siguientes requisitos:

- I.- Mantener el mismo control y normas de calidad que se aplican para sus productos de exportación, así como sujetarse a las que se encuentren vigentes en el país, de conformidad con las disposiciones aplicables;
- II.- Pagar el impuesto general de importación de acuerdo a los criterios establecidos en el artículo anterior, así como las demás contribuciones que correspondan, y
- III.- Cumplir con los demás requisitos establecidos por las disposiciones legales aplicables en la materia.

**ARTÍCULO 20.-** La Secretaría podrá autorizar que empresas que operen al amparo del Decreto que establece Programas de Importación Temporal para Producir Artículos de Exportación, publicado en el Diario Oficial de la Federación el 3 de mayo de 1990 y reformado mediante diverso publicado en el mismo órgano el 11 de mayo de 1995, se acojan al presente Decreto cuando se trate de plantas o proyectos distintos a aquellos que se encuentren registrados bajo dicho régimen o, previa renuncia expresa de la empresa, a los beneficios de aquel Decreto. En este último caso, la Secretaría y la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, en la esfera de sus respectivas competencias, precisarán las condiciones, plazos y garantías para el cumplimiento de los compromisos que hubieren suscrito como empresas con Programa de Importación Temporal para Producir Artículos de Exportación, en materia aduanal, fiscal, cambiaria o de otro tipo.

**ARTÍCULO 21.-** La Secretaría deberá emitir opinión previa y comunicarla a la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, para que ésta autorice a una persona que no cuente con programa, para que retorne las mercancías importadas temporalmente. La opinión a que se refiere este párrafo, deberá ser emitida por la Secretaría en un plazo de siete días hábiles; concluido el plazo sin que se emita resolución, se entenderá que se aprueba la solicitud

respectiva, debiendo la Secretaría expedir la constancia escrita, a petición del solicitante, en un plazo no mayor de tres días hábiles.

Aquellas empresas que utilicen cuotas de exportación y requieran realizar operaciones de transferencia, deberán contar con una autorización que emitirá la Secretaría en un plazo de siete días hábiles, en caso contrario, operará la positiva ficta en los términos señalados en el párrafo anterior.

ARTÍCULO 22.- Las mercancías que se enajenen a una empresa inscrita en el Registro Nacional de la Industria Maquiladora, con Programa de Importación Temporal para Producir Artículos de Exportación o con Registro de Empresa de Comercio Exterior, serán consideradas como si hubieran sido exportadas definitivamente, siempre que se presente la constancia de exportación correspondiente, y se cumpla con lo dispuesto por la Ley del Impuesto al Valor Agregado. Para tal efecto, las empresas mencionadas deberán registrar ante la Secretaría a sus proveedores. Las mercancías que ampara la constancia de exportación deberán ser exportadas en su totalidad, directa o indirectamente.

ARTÍCULO 23.- La Secretaría deberá emitir opinión previa y comunicarla a la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, para que ésta otorgue su autorización respecto de los siguientes casos:

I.- Transferencia de maquinaria, herramienta y equipo entre empresas con programa debidamente autorizado, y entre éstas y empresas que cuenten con Programa de Importación Temporal para Producir Artículos de Exportación, y

II.- Transferencia de maquinaria y equipo por parte de las maquiladoras a los productores nacionales que sean sus proveedores. Las transferencias a que se refiere el presente artículo podrán realizarse a través de comodato, arrendamiento o compraventa. La opinión previa de la Secretaría a que se refiere el presente artículo deberá emitirla en un plazo de siete días hábiles; concluido el plazo sin que se emita resolución, se entenderá que se aprueba la solicitud respectiva, debiendo la Secretaría expedir la constancia escrita, a petición del solicitante, en un plazo no mayor de tres días hábiles.

ARTÍCULO 24.- La Secretaría podrá autorizar operaciones de submaquila, lo que deberá comunicar a la Secretaría de Hacienda y Crédito Público. Dicha autorización deberá ser emitida por la Secretaría en un plazo de cinco días hábiles; concluido el plazo sin que se emita resolución, se entenderá que se aprueba la solicitud respectiva, debiendo la Secretaría expedir la constancia escrita, a petición del solicitante, en un plazo no mayor de tres días hábiles. Esta submaquila puede ser llevada a cabo entre maquiladoras acogidas al Decreto o también entre una de éstas y una empresa sin programa.

ARTÍCULO 25.- La Secretaría de Gobernación, de conformidad con las leyes aplicables en la materia podrá autorizar la internación del personal extranjero administrativo y técnico para el funcionamiento de empresas maquiladoras. Los permisos correspondientes se emitirán en las Delegaciones de Servicios Migratorios establecidas en el país, o por conducto del servicio exterior mexicano en el extranjero.

ARTÍCULO 26.- Las delegaciones o subdelegaciones federales de la Secretaría están facultadas para aplicar las disposiciones, competencia de la Secretaría, contenidas en este Decreto.

ARTÍCULO 27.- En caso de incumplimiento por parte de los exportadores a lo dispuesto en el presente Decreto o a los términos establecidos en el registro autorizado, la Secretaría suspenderá o cancelará su inscripción en el Registro Nacional de la Industria Maquiladora.

### CAPÍTULO III

#### DEL GRUPO DE TRABAJO PARA LA INDUSTRIA MAQUILADORA DE EXPORTACIÓN

ARTÍCULO 28.- En apoyo al cumplimiento del presente Decreto y para coordinar las acciones de las diversas dependencias de la Administración Pública Federal que deben intervenir en la aplicación del mismo, se establece el Grupo de Trabajo para la Industria Maquiladora de Exportación.

ARTÍCULO 29.- El Grupo de Trabajo estará integrado por:

I.- El Subsecretario que designe el Titular de la Secretaría, quien presidirá al grupo;

II.- Los Directores Generales de:

- a) Desarrollo Urbano de la Secretaría de Desarrollo Social;
- b) Servicios al Comercio Exterior de la Secretaría;
- c) Autotransporte Federal de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, y
- d) Capacitación y Productividad de la Secretaría del Trabajo y Previsión Social.

III.- Un representante de la Administración General Jurídica de Ingresos, de la Administración General de Aduanas y de la Dirección General de Planeación Tributaria del Servicio de Administración Tributaria, así como de la Dirección General de Política de Ingresos de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, respectivamente;

IV.- El Presidente del Instituto Nacional de Ecología de la Secretaría de Medio Ambiente, Recursos Naturales y Pesca;

V.- El Secretario Técnico del Gabinete de Política Exterior;

VI.- Un representante del Banco Nacional de Comercio Exterior, S.N.C.;

VII.- Un representante de Nacional Financiera, S.N.C.;

VIII.- El Director General de Telecomunicaciones de México;

IX.- El Comisionado del Instituto Nacional de Migración de la Secretaría de Gobernación;

X.- El Presidente del Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática, órgano desconcentrado de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, y

XI.- Un representante de la Unidad de Desarrollo Administrativo de la Secretaría de Contraloría y Desarrollo Administrativo.

ARTÍCULO 30.- El Presidente del Grupo de Trabajo designará un secretario técnico de entre los directores generales de la Secretaría integrantes del propio grupo, a quien le corresponderá elaborar estudios, recabar información y realizar las demás acciones que requiere el Grupo de Trabajo para cumplir con sus objetivos.

El Grupo de Trabajo celebrará sesiones ordinarias en forma semestral, pudiendo su presidente convocar a sesión extraordinaria cuando lo estime pertinente o a petición por escrito de cualquiera de sus integrantes.

ARTÍCULO 31.- Serán funciones del Grupo de Trabajo:

I.- Formular y evaluar los lineamientos generales y por ramas de política para el fomento y operación de la industria maquiladora;

II.- Establecer los mecanismos de coordinación que garanticen el cumplimiento de las disposiciones contenidas en este Decreto y la agilización de trámites administrativos;

III.- Proponer políticas para que las diferentes dependencias que lo integren en la esfera de su competencia, coadyuven al fomento de la industria maquiladora, y

IV.- Presentar programas para desarrollar la infraestructura básica y servicios urbanos de la industria maquiladora, así como determinar las medidas necesarias para el cumplimiento de los mismos.

ARTÍCULO 32.- El Comité Consultivo de la Industria Maquiladora de Exportación será un órgano de consulta y concertación para el fomento de dicha industria, y se integrará por:

I.- Un representante de cada una de las dependencias que integran el Grupo de Trabajo, siendo presidido por el representante de la Secretaría, y

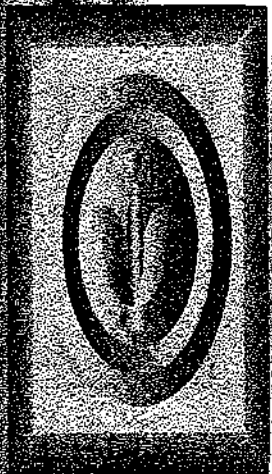
II.- La mesa directiva del Consejo Nacional de la Industria Maquiladora de Exportación y los Consejeros Nacionales representando a las asociaciones locales de maquiladoras afiliadas al Consejo Nacional.

## TRANSITORIOS

ARTÍCULO PRIMERO.- El presente Decreto entrará en vigor al día siguiente de su publicación en el Diario Oficial de la Federación.

ARTÍCULO SEGUNDO.- Se abroga el Decreto para el Fomento y Operación de la Industria Maquiladora de Exportación, publicado en el Diario Oficial de la Federación el 22 de diciembre de 1989. Dado en la Residencia del Poder Ejecutivo Federal, en la Ciudad de México, Distrito Federal, a los once días del mes de mayo de mil novecientos noventa y ocho.- Ernesto Zedillo Ponce de León.- Rúbrica.- El Secretario de Gobernación, Francisco Labastida Ochoa.- Rúbrica.- El Secretario de Hacienda y Crédito Público, José Ángel Gurría Treviño.- Rúbrica.- El Secretario de Desarrollo Social, Carlos Rojas Gutiérrez.- Rúbrica.- La Secretaria de Medio Ambiente, Recursos Naturales y Pesca, Julia Carabias Lillo.- Rúbrica.- El Secretario de

Comercio y Fomento Industrial, Herminio Blanco Mendoza.- Rúbrica.- El Secretario de Comunicaciones y Transportes, Carlos Ruiz Sacristán.- Rúbrica.- El Secretario de Contraloría y Desarrollo Administrativo, Arsenio Farell Cubillas.- Rúbrica.- El Secretario del Trabajo y Previsión Social, Javier Bonilla García.- Rúbrica.



# **T A B L A S**

**1994 - 1998 ...  
IMPORTANCIA DE LAS  
EXPORTACIONES DE MUEBLES  
RÚSTICOS EN LA ECONOMÍA DEL  
ESTADO DE PUEBLA**

**TABLA 1****COMERCIO EXTERIOR POR PRODUCTO****Clave Fracción Arancelaria**

- 940350 MUEBLES DE MADERA DEL TIPO DE LOS UTILIZADOS
- 94035001 MUEBLES DE MADERA DEL TIPO DE LOS UTILIZADOS
- 940360 LOS DEMAS MUEBLES DE MADERA.
- 940370 MUEBLES DE PLASTICO.
- 940380 MUEBLES DE OTRAS MATERIAS, INCLUIDO EL
- 94038001 MUEBLES DE OTRAS MATERIAS, INCLUIDO EL ROTEN.

**Descripción:** MUEBLES DE MADERA DEL TIPO DE LOS UTILIZADOS

**Normatividad**

Tipo	Arancel	Desc. Rama	Régimen	U. de Medida
EXPORTACIÓN	Ex	NO EXISTE	LIB	KILOGRAMO

Pais	Valor 1998	Valor 1997	Valor 1996	Valor 1995	Volumen 1998	Volumen 1997	Volumen 1996	Volumen 1995
ALEMANIA	70,636	37,773	52,266	9,070	32,895	11,013	13,810	1,255
ANDORRA	233	0	0	0	20	0	0	0
ANTIGUA Y DEP.	0	412	0	0	0	445	0	0
ANTILLAS HOLAN.	8,258	1,098	1,980	0	5,568	846	2,240	0
ARABIA SAUDITA	1,019	24,750	0	0	410	22,850	0	0
ARGENTINA	1,567	614	120	0	466	360	50	0
AUSTRALIA	19,593	37,733	24,893	21,142	8,288	15,799	15,165	5,427
AUSTRIA	6,375	3,260	3,022	235	4,072	1,130	405	400
BAHAMAS, ISLAS	1,025	177	365	4,182	383	86	148	115
BARBADOS	144	3,273	0	0	108	3,020	0	0
BELGICA-LUX.	4,297	7,257	9,197	3,265	3,054	6,400	11,348	540
BELICE	943	295	886	700	1,000	50	250	230
BERMUDAS	0	313	0	0	0	220	0	0
BOLIVIA	1,785	2,246	806	468	1,667	667	120	247
BRASIL	0	4,285	9,558	0	0	432	1,224	0
BULGARIA	655	0	0	0	150	0	0	0
CANADA	123,240	601,873	128,232	88,737	46,495	53,549	38,633	21,113
CANADA	0	45	0	0	0	500	0	0
CHILE	608,231	509,233	517,276	12,285	414,682	367,318	345,690	3,292
CHINA NAC. TAIWAN	0	140	35	0	0	875	40	0
CHIPRE	3,076	0	0	0	510	0	0	0
COLOMBIA	7,137	2,974	0	1,259	1,575	622	0	692
COREA DEL NORTE	0	0	1,074	1,480	0	0	1,160	546

COSTA DE MARFIL	0	602	0	0	0	250	0	0
COSTA RICA	5,649	11,039	42,773	11,839	2,575	5,349	19,870	4,675
CUBA	13,727	2,898	27,961	14,132	9,704	752	6,020	2,307
DINAMARCA	20,432	24,844	30,890	21,363	8,353	7,662	5,995	3,420
EL SALVADOR	2,615	31,008	8,042	4,215	1,137	23,380	2,481	1,745
EMIRATOS ARABES	721	21,407	11,032	11,282	210	5,370	4,202	4,951
ESPAÑA	299,789	270,849	195,910	83,436	165,699	167,635	110,270	45,293
ESTADOS UNIDOS	29,252,014	32,486,729	27,177,301	19,101,341	15,824,521	13,958,376	11,581,573	9,685,196
ESTADOS UNIDOS	0	13,584	50,627	62,642	0	540	28,934	13,528
FINLANDIA	349	450	900	0	133	146	292	0
FRANCIA	11,645	52,812	119,309	157,788	2,740	14,513	26,628	21,054
GRECIA	9,106	21,429	6,377	1,106	8,446	9,615	5,948	1,300
GUADALUPE	0	290	0	3,810	0	60	0	540
GUATEMALA	194,899	86,883	136,246	29,933	95,218	51,288	54,001	18,754
HOLANDA	28,533	164,385	947	150	13,549	70,215	142	50
HONDURAS	2,243	4,289	18,024	1,601	1,798	1,950	5,171	356
IRLANDA (EIRE)	38,008	73,362	17,676	678	22,933	24,619	6,915	200
ISLANDIA	1,450	2,524	14,109	0	410	540	2,850	0
ISRAEL	16,454	19,786	31,079	13,794	4,350	5,263	9,023	3,640
ITALIA	23,184	1,506,834	11,544	4,097	13,890	9,515	3,499	962
JAPON	6,285	894	5,388	9,004	690	139	1,361	529
MALTA	1,596	10,799	8,346	11,504	384	1,418	950	1,200
NICARAGUA	38,934	30,854	18,347	0	10,839	1,944	4,369	0
NORUEGA	329	14,189	2,872	0	360	4,107	1,708	0
NUEVA GUINEA	0	0	0	178	0	0	0	200
NUEVA ZELANDIA	1,008	3,076	3,313	1,319	2,966	4,619	550	355
PANAMA	84,061	4,807	31,441	78,038	35,551	3,985	5,363	34,373
PERU	15,966	30,059	3,397	0	12,528	26,068	450	0
PORTUGAL	29,323	56,282	48,487	23,584	16,147	23,027	14,770	4,020
PUERTO RICO	23,429	28,449	99,748	34,542	11,632	14,639	69,679	14,190
REINO UNIDO					1	60,431	16,724	4,518
REP. DOMINICANA	2,985	5,587	5,451	566	900	3,240	1,076	90
SINGAPUR	0	2,330	0	329	0	410	0	436
SUDAFRICA	244	0	0	0	320	0	0	0
SUECIA	4,154	51,272	18,395	891	1,785	12,907	4,687	72
SUIZA	4,058	2,984	13	35	1,220	480	12	50
TRINIDAD Y TOBAGO	14,864	1,085	0	0	9,824	458	0	0
URUGUAY	0	4,516	2,832	0	0	1,037	703	0
VENEZUELA	25,082	276,455	4,977	1,435	19,007	62,071	1,872	1,132
Total	31,157,909	36,736,689	28,968,314	19,853,511	16,866,471	15,073,773	12,428,371	9,903,071

**COMERCIO EXTERIOR POR PRODUCTO**

 Clave Fracción Arancelaria: **940350**

 Descripción: **MUEBLES DE MADERA DEL TIPO DE LOS UTILIZADOS**
**Normatividad**

Tipo	Arancel	Desc. Rama	Régimen	U. de Medida
EXPORTACIÓN	Ex	NO EXISTE	LIB	KILOGRAMO

País	Valor 1998	Valor 1997	Valor 1996	Valor 1995	Volumen 1998	Volumen 1997	Volumen 1996	Volumen 1995
AFGANISTAN	1,730	0	0	0	114	0	0	0
ALEMANIA, REPUBLICA	220,743	127,207	49,165	7,116	97,190	48,807	23,204	1,837
ANDORRA	3,868	0	0	0	1,595	0	0	0
ANTIGUA Y DEPENDI	1,313	379	0	0	119	185	0	0
ANTILLAS HOLANDES	33,724	45,443	1,780	0	15,328	14,211	1,564	0
ARABIA SAUDITA	43,655	67,994	8,352	9,538	9,452	24,287	1,010	89
ARGENTINA	189,280	117,508	3,956	0	37,645	23,725	1,020	0
AUSTRALIA	132,471	143,042	102,523	57,208	47,565	66,952	63,322	20,728
AUSTRIA	45,303	13,597	6,209	458	15,957	5,166	920	60
BAHAMAS, ISLAS	1,992	427	563	0	735	406	200	0
BAHREIN, ISLAS	0	83,130	0	0	0	29,333	0	0
BARBADOS	318	4,400	0	0	118	2,052	0	0
BELGICA-LUXEMBUR	82,076	32,102	43,978	22,306	60,347	31,955	48,410	23,902
BELICE	1,490	57	9,419	3,101	2,075	80	2,175	1,275
BERMUDAS	0	3,279	0	75	0	1,853	0	50
BOLIVIA	64,737	7,618	3,488	0	8,770	2,301	677	0
BRASIL	46,396	17,583	63,426	325	5,054	5,123	11,059	154
BULGARIA	0	0	708	0	0	0	250	0
CAMERUN	232	0	0	0	398	0	0	0
CANADA	893,023	1,194,105	349,726	96,909	331,837	217,928	81,816	27,497
CHECOSLOVAQUIA	0	4,819	0	0	0	6,291	0	0
CHILE	914,081	1,638,026	1,099,650	482,796	117,248	257,855	151,285	63,970
CHINA NACIONALIST	0	4,630	0	0	0	4,635	0	0
CHIPRE	6,916	1,422	0	0	2,195	149	0	0
COLOMBIA	10,722	64,007	66,874	26,538	5,322	7,981	9,378	16,402
COREA DEL NORTE	0	0	11,573	10,897	0	0	4,325	6,355
COSTA DE MARFIL	0	2,106	0	0	0	2,000	0	0
COSTA RICA	47,460	86,893	83,824	28,030	24,264	61,667	54,453	11,544
CUBA	1,980	14,656	4,600	867	834	3,312	2,517	347
DINAMARCA	420,493	161,485	285,981	30,948	182,595	70,126	117,184	13,010

ECUADOR	635	0	0	0	209	0	0	0
EL SALVADOR	67,668	195,657	20,825	49,293	53,684	164,029	4,244	6,982
EMIRATOS DE ARAB	120,714	413,513	733,558	136,364	56,772	204,462	383,623	58,853
ESPAÑA (EXCLUYE C	947,668	973,872	618,706	235,504	506,910	543,715	315,297	153,369
ESTADOS UNIDOS	128,103,521	131,428,081	94,265,274	70,769,449	66,258,309	55,232,566	40,560,432	30,084,271
ESTADOS UNIDOS	435	0	33,454	36,553	4	0	1,050	1,218
FINLANDIA	9,069	21,527	4,870	0	3,680	4,886	1,935	0
FRANCIA	51,455	237,565	156,502	48,807	12,678	100,098	65,355	19,212
GRECIA	57,065	50,148	35,889	2,917	28,823	18,130	22,890	7,000
GUADALUPE	0	57	0	408	0	341	0	240
GUATEMALA	432,382	722,381	239,128	83,408	298,966	510,801	139,303	9,835
HAITI	15,000	1,986	0	0	2,052	240	0	0
HOLANDA	147,111	91,577	42,475	283	57,129	42,340	20,401	80
HONDURAS	106,474	111,602	4,463	1,795	69,187	90,807	1,160	567
HONG KONG	4,914	0	0	0	1,711	0	0	0
IRLANDA (EIRE)	594,566	283,605	70,965	2,192	328,819	199,186	38,137	300
ISLANDIA	5,908	1,530	930	0	2,010	480	600	0
ISRAEL	143,669	63,944	79,240	16,522	29,136	26,242	33,422	7,918
ITALIA	75,801	11,167,502	17,933	2,834	28,538	40,893	6,223	1,168
JAMAICA	0	4,480	0	0	0	1,212	0	0
JAPON	18,774	2,247	4,874	11,028	4,768	890	1,439	939
KUWEIT	1,404	37,682	0	0	73	9,493	0	0
LIBANO	0	1,215	0	6,269	0	35	0	451
MALASIA (INCLUYE L	0	1,064	839	0	0	63	400	0
MALTA	20,272	13,908	2,428	3,004	5,095	4,039	960	1,380
NICARAGUA	44,336	6,286	633	934	8,380	4,099	495	700
NORUEGA	17,117	30,888	126,014	1,355	6,621	19,549	38,372	470
NUEVA GUINEA (ADM	0	0	28,354	644	0	0	7,548	80
NUEVA ZELANDIA	21,966	37,171	26,255	43,827	8,647	19,363	9,928	9,540
OMAN	28,194	0	0	0	12,500	0	0	0
PANAMA	90,470	98,479	22,328	22,895	51,191	58,433	13,880	3,635
PARAGUAY	2,130	75	0	0	395	50	0	0
PERU	183,469	209,236	408	0	88,074	35,415	1,215	0
POLINESIA FRANCES	0	0	4,191	0	0	0	700	0
PORTUGAL	265,065	231,157	177,830	126,787	125,292	121,913	101,041	74,219
PUERTO RICO	408,525	648,110	780,904	205,243	169,826	309,851	361,114	78,785
QATAR	0	0	0	18,200	0	0	0	9,000
REINO UNIDO (INCLU	1,513,976	1,061,744	213,892	77,956	654,775	476,233	123,243	33,152
REPUBLICA DOMINIC	125,446	133,058	140,560	2,115	94,992	109,843	68,610	1,509
SAMOA OCCIDENTAL	0	0	0	1,530	0	0	0	250

SAN VICENTE, ISLA D	7,140	29,979	0	0	1,440	11,220	0	0
SINGAPUR	0	7,056	0	2,163	0	2,363	0	738
SUDAFRICA, REPUBU	5,020	2,087	855	11,058	2,519	275	140	2,517
SUECIA	38,673	135,002	234,899	17,140	26,584	36,124	61,678	6,262
SUIZA	199,063	5,527	124	0	64,328	1,210	50	0
TRINIDAD Y TOBAGO	3,558	2,724	3,235	351	873	1,115	2,590	180
TURCAS Y CAICOS, I	7,266	0	0	0	1,700	0	0	0
TURQUIA	2,002	0	1,977	0	1,497	0	520	0
UNION DE REPUBLIC	0	0	5,959	8,085	0	0	1,154	1,713
URUGUAY	29,804	19,023	5,932	2,980	8,981	12,610	2,511	1,025
VENEZUELA	87,471	61,986	19,086	6,949	54,858	48,229	12,852	3,860
VIRGENES, ISLAS (BR	0	0	18,455	0	0	0	2,349	0
VIRGENES, ISLAS (N	35,831	42,005	0	0	3,675	10,058	0	0
ZONA DEL CANAL DE	0	9,307	0	0	0	500	0	0
Total	137,205,030	152,431,958	100,340,039	72,733,954	70,102,458	59,361,781	42,981,630	30,768,638

## COMERCIO EXTERIOR

## PRODUCTO

Clave Fracción Arancelaria: 940350

Descripción: MUEBLES DE MADERA DEL TIPO DE LOS UTILIZADOS

Normatividad

Tipo Arancel Rama Régimen Unidad de Medida  
 EXP Ex NO EXISTE LIB KILOGRAMO

País	Valor 1998	Valor 1997	Valor 1996	Valor 1995	Volumen 1998	Volumen 1997	Volumen 1996	Volumen 1995
AFGANISTAN	1,730	0	0	0	114	0	0	0
ALEMANIA, REPUBLICA	220,743	127,207	49,165	7,116	97,190	48,807	23,204	1,837
ANDORRA	3,868	0	0	0	1,595	0	0	0
ANTIGUA Y DEPENDI	1,313	379	0	0	119	185	0	0
ANTILLAS HOLANDES	33,724	45,443	1,780	0	15,328	14,211	1,564	0
ARABIA SAUDITA	43,655	67,994	8,352	9,538	9,452	24,287	1,010	89
ARGENTINA	189,280	117,508	3,956	0	37,645	23,725	1,020	0
AUSTRALIA	132,471	143,042	102,523	57,208	47,565	66,952	63,322	20,728
AUSTRIA	45,303	13,597	6,209	458	15,957	5,166	920	60
BAHAMAS, ISLAS	1,992	427	563	0	735	406	200	0
BAHREIN, ISLAS	0	83,130	0	0	0	29,333	0	0
BARBADOS	318	4,400	0	0	118	2,052	0	0
BELGICA-LUXEMBUR	82,076	32,102	43,978	22,306	60,347	31,955	48,410	23,902
BELICE	1,490	57	9,419	3,101	2,075	80	2,175	1,275
BERMUDAS	0	3,279	0	75	0	1,853	0	50
BOLIVIA	64,737	7,618	3,488	0	8,770	2,301	677	0
BRASIL	46,396	17,583	63,426	325	5,054	5,123	11,059	154
BULGARIA	0	0	708	0	0	0	250	0
CAMERUN	232	0	0	0	398	0	0	0
CANADA	893,023	1,194,105	349,726	96,909	331,837	217,928	81,816	27,497
CHECOSLOVAQUIA	0	4,819	0	0	0	6,291	0	0
CHILE	914,081	1,638,026	1,099,650	482,796	117,248	257,855	151,285	63,970
CHINA NACIONALIST	0	4,630	0	0	0	4,635	0	0
CHIPRE	6,916	1,422	0	0	2,195	149	0	0
COLOMBIA	10,722	64,007	66,874	26,538	5,322	7,981	9,378	16,402
COREA DEL NORTE	0	0	11,573	10,897	0	0	4,325	6,355
COSTA DE MARFIL	0	2,106	0	0	0	2,000	0	0
COSTA RICA	47,460	86,893	83,824	28,030	24,264	61,667	54,453	11,544
CUBA	1,980	14,656	4,600	867	834	3,312	2,517	347
DINAMARCA	420,493	161,485	285,981	30,948	182,595	70,126	117,184	13,010
ECUADOR	635	0	0	0	209	0	0	0

EL SALVADOR	67,668	195,657	20,825	49,293	53,684	164,029	4,244	6,982
EMIRATOS DE ARAB	120,714	413,513	733,558	136,364	56,772	204,462	383,623	58,853
ESPAÑA (EXCLUYE C	947,668	973,872	618,706	235,504	506,910	543,715	315,297	153,369
ESTADOS UNIDOS	128,103,521	131,428,081	94,265,274	70,769,449	66,258,309	55,232,566	40,560,432	30,084,271
ESTADOS UNIDOS	435	0	33,454	36,553	4	0	1,050	1,218
FINLANDIA	9,069	21,527	4,870	0	3,680	4,886	1,935	0
FRANCIA	51,455	237,565	156,502	48,807	12,678	100,098	65,355	19,212
GRECIA	57,065	50,148	35,889	2,917	28,823	18,130	22,890	7,000
GUADALUPE	0	57	0	408	0	341	0	240
GUATEMALA	432,382	722,381	239,128	83,408	298,966	510,801	139,303	9,835
HAITI	15,000	1,986	0	0	2,052	240	0	0
HOLANDA	147,111	91,577	42,475	283	57,129	42,340	20,401	80
HONDURAS	106,474	111,602	4,463	1,795	69,187	90,807	1,160	567
HONG KONG	4,914	0	0	0	1,711	0	0	0
IRLANDA (EIRE)	594,566	283,605	70,965	2,192	328,819	199,186	38,137	300
ISLANDIA	5,908	1,530	930	0	2,010	480	600	0
ISRAEL	143,669	63,944	79,240	16,522	29,136	26,242	33,422	7,918
ITALIA	75,801	11,167,502	17,933	2,834	28,538	40,893	6,223	1,168
JAMAICA	0	4,480	0	0	0	1,212	0	0
JAPON	18,774	2,247	4,874	11,028	4,768	890	1,439	939
KUWEIT	1,404	37,682	0	0	73	9,493	0	0
LIBANO	0	1,215	0	6,269	0	35	0	451
MALASIA (INCLUYE L	0	1,064	839	0	0	63	400	0
MALTA	20,272	13,908	2,428	3,004	5,095	4,039	960	1,380
NICARAGUA	44,336	6,286	633	934	8,380	4,099	495	700
NORUEGA	17,117	30,888	126,014	1,355	6,621	19,549	38,372	470
NUEVA GUINEA (ADM	0	0	28,354	644	0	0	7,548	80
NUEVA ZELANDIA	21,966	37,171	26,255	43,827	8,647	19,363	9,928	9,540
OMAN	28,194	0	0	0	12,500	0	0	0
PANAMA	90,470	98,479	22,328	22,895	51,191	58,433	13,880	3,635
PARAGUAY	2,130	75	0	0	395	50	0	0
PERU	183,469	209,236	408	0	88,074	35,415	1,215	0
POLINESIA FRANCESA	0	0	4,191	0	0	0	700	0
PORTUGAL	265,065	231,157	177,830	126,787	125,292	121,913	101,041	74,219
PUERTO RICO	408,525	648,110	780,904	205,243	169,826	309,851	361,114	78,785
QATAR	0	0	0	18,200	0	0	0	9,000
REINO UNIDO (INCLU	1,513,976	1,061,744	213,892	77,956	654,775	476,233	123,243	33,152
REPUBLICA DOMINIC	125,446	133,058	140,560	2,115	94,992	109,843	68,610	1,509
SAMOA OCCIDENTAL	0	0	0	1,530	0	0	0	250
SAN VICENTE, ISLA D	7,140	29,979	0	0	1,440	11,220	0	0

SINGAPUR	0	7,056	0	2,163	0	2,363	0	738
SUDAFRICA, REPUB	5,020	2,087	855	11,058	2,519	275	140	2,517
SUECIA	38,673	135,002	234,899	17,140	26,584	36,124	61,678	6,262
SUIZA	199,063	5,527	124	0	64,328	1,210	50	0
TRINIDAD Y TOBAGO	3,558	2,724	3,235	351	873	1,115	2,590	180
TURCAS Y CAICOS, I	7,266	0	0	0	1,700	0	0	0
TURQUIA	2,002	0	1,977	0	1,497	0	520	0
UNION DE REPUBLIC	0	0	5,959	8,085	0	0	1,154	1,713
URUGUAY	29,804	19,023	5,932	2,980	8,981	12,610	2,511	1,025
VENEZUELA	87,471	61,986	19,086	6,949	54,858	48,229	12,852	3,860
VIRGENES, ISLAS (B)	0	0	18,455	0	0	0	2,349	0
VIRGENES, ISLAS (N)	35,831	42,005	0	0	3,675	10,058	0	0
ZONA DEL CANAL DE	0	9,307	0	0	0	500	0	0
Total	137,205,030	152,431,958	100,340,039	72,733,954	70,102,458	59,361,781	42,981,630	30,768,638

## COMERCIO EXTERIOR

## PRODUCTO

Clave Fracción Arancelaria: 940350

Descripción: MUEBLES DE MADERA DEL TIPO DE LOS UTILIZADOS

Tipo Arancel Rama Régimen Un. de Medida  
 EXP Ex NO EXISTE LIB KILOGRAMO

Pais	Valor 1998	Valor 1997	Valor 1996	Valor 1995	Volumen 1998	Volumen 1997	Volumen 1996	Volumen 1995
AFGANISTAN	1,730	0	0	0	114	0	0	0
ALEMANIA, REPUBLICA	220,743	127,207	49,165	7,116	97,190	48,807	23,204	1,837
ANDORRA	3,868	0	0	0	1,595	0	0	0
ANTIGUA Y DEPENDENCIAS	1,313	379	0	0	119	185	0	0
ANTILLAS HOLANDESES	33,724	45,443	1,780	0	15,328	14,211	1,564	0
ARABIA SAUDITA	43,655	67,994	8,352	9,538	9,452	24,287	1,010	89
ARGENTINA	189,280	117,508	3,956	0	37,645	23,725	1,020	0
AUSTRALIA	132,471	143,042	102,523	57,208	47,565	66,952	63,322	20,728
AUSTRIA	45,303	13,597	6,209	458	15,957	5,166	920	60
BAHAMAS, ISLAS	1,992	427	563	0	735	406	200	0
BAHREIN, ISLAS	0	83,130	0	0	0	29,333	0	0
BARBADOS	318	4,400	0	0	118	2,052	0	0
BELGICA-LUXEMBURGO	82,076	32,102	43,978	22,306	60,347	31,955	48,410	23,902
BELICE	1,490	57	9,419	3,101	2,075	80	2,175	1,275
BERMUDAS	0	3,279	0	75	0	1,853	0	50
BOLIVIA	64,737	7,618	3,488	0	8,770	2,301	677	0
BRASIL	46,396	17,583	63,426	325	5,054	5,123	11,059	154
BULGARIA	0	0	708	0	0	0	250	0
CAMERUN	232	0	0	0	398	0	0	0
CANADA	893,023	1,194,105	349,726	96,909	331,837	217,928	81,816	27,497
CHECOSLOVAQUIA	0	4,819	0	0	0	6,291	0	0
CHILE	914,081	1,638,026	1,099,650	482,796	117,248	257,855	151,285	63,970
CHINA NACIONALISTA	0	4,630	0	0	0	4,635	0	0
CHIPRE	6,916	1,422	0	0	2,195	149	0	0
COLOMBIA	10,722	64,007	66,874	26,538	5,322	7,981	9,378	16,402
COREA DEL NORTE	0	0	11,573	10,897	0	0	4,325	6,355
COSTA DE MARFIL	0	2,106	0	0	0	2,000	0	0
COSTA RICA	47,460	86,893	83,824	28,030	24,264	61,667	54,453	11,544
CUBA	1,980	14,656	4,600	867	834	3,312	2,517	347
DINAMARCA	420,493	161,485	285,981	30,948	182,595	70,126	117,184	13,010
ECUADOR	635	0	0	0	209	0	0	0

EL SALVADOR	67,668	195,657	20,825	49,293	53,684	164,029	4,244	6,982
EMIRATOS DE ARAB	120,714	413,513	733,558	136,364	56,772	204,462	383,623	58,853
ESPAÑA	947,668	973,872	618,706	235,504	506,910	543,715	315,297	153,369
ESTADOS UNIDOS	128,103,521	131,428,081	94,265,274	70,769,449	66,258,309	55,232,566	40,560,432	30,084,271
ESTADOS UNIDOS	435	0	33,454	36,553	4	0	1,050	1,218
FINLANDIA	9,069	21,527	4,870	0	3,680	4,886	1,935	0
FRANCIA	51,455	237,565	156,502	48,807	12,678	100,098	65,355	19,212
GRECIA	57,065	50,148	35,889	2,917	28,823	18,130	22,890	7,000
GUADALUPE	0	57	0	408	0	341	0	240
GUATEMALA	432,382	722,381	239,128	83,408	298,966	510,801	139,303	9,835
HAITI	15,000	1,986	0	0	2,052	240	0	0
HOLANDA	147,111	91,577	42,475	283	57,129	42,340	20,401	80
HONDURAS	106,474	111,602	4,463	1,795	69,187	90,807	1,160	567
HONG KONG	4,914	0	0	0	1,711	0	0	0
IRLANDA (EIRE)	594,566	283,605	70,965	2,192	328,819	199,186	38,137	300
ISLANDIA	5,908	1,530	930	0	2,010	480	600	0
ISRAEL	143,669	63,944	79,240	16,522	29,136	26,242	33,422	7,918
ITALIA	75,801	11,167,502	17,933	2,834	28,538	40,893	6,223	1,168
JAMAICA	0	4,480	0	0	0	1,212	0	0
JAPON	18,774	2,247	4,874	11,028	4,768	890	1,439	939
KUWEIT	1,404	37,682	0	0	73	9,493	0	0
LIBANO	0	1,215	0	6,269	0	35	0	451
MALASIA	0	1,064	839	0	0	63	400	0
MALTA	20,272	13,908	2,428	3,004	5,095	4,039	960	1,380
NICARAGUA	44,336	6,286	633	934	8,380	4,099	495	700
NORUEGA	17,117	30,888	126,014	1,355	6,621	19,549	38,372	470
NUEVA GUINEA	0	0	28,354	644	0	0	7,548	80
NUEVA ZELANDIA	21,966	37,171	26,255	43,827	8,647	19,363	9,928	9,540
OMAN	28,194	0	0	0	12,500	0	0	0
PANAMA	90,470	98,479	22,328	22,895	51,191	58,433	13,880	3,635
PARAGUAY	2,130	75	0	0	395	50	0	0
PERU	183,469	209,236	408	0	88,074	35,415	1,215	0
POLINESIA FRANCESA	0	0	4,191	0	0	0	700	0
PORTUGAL	265,065	231,157	177,830	126,787	125,292	121,913	101,041	74,219
PUERTO RICO	408,525	648,110	780,904	205,243	169,826	309,851	361,114	78,785
QATAR	0	0	0	18,200	0	0	0	9,000
REINO UNIDO	1,513,976	1,061,744	213,892	77,956	654,775	476,233	123,243	33,152
REP. DOMINICANA	125,446	133,058	140,560	2,115	94,992	109,843	68,610	1,509
SAMOA OCCIDENTAL	0	0	0	1,530	0	0	0	250
SAN VICENTE, ISLA	7,140	29,979	0	0	1,440	11,220	0	0

SINGAPUR	0	7,056	0	2,163	0	2,363	0	738
SUDAFRICA	5,020	2,087	855	11,058	2,519	275	140	2,517
SUECIA	38,673	135,002	234,899	17,140	26,584	36,124	61,678	6,262
SUIZA	199,063	5,527	124	0	64,328	1,210	50	0
TRINIDAD Y TOBAGO	3,558	2,724	3,235	351	873	1,115	2,590	180
TURCAS Y CAICOS	7,266	0	0	0	1,700	0	0	0
TURQUIA	2,002	0	1,977	0	1,497	0	520	0
UNION SOVIETICA	0	0	5,959	8,085	0	0	1,154	1,713
URUGUAY	29,804	19,023	5,932	2,980	8,981	12,610	2,511	1,025
VENEZUELA	87,471	61,986	19,086	6,949	54,858	48,229	12,852	3,860
VIRGENES, ISLAS	0	0	18,455	0	0	0	2,349	0
VIRGENES, ISLAS	35,831	42,005	0	0	3,675	10,058	0	0
CANAL DE PANAMA	0	9,307	0	0	0	500	0	0
Total	137,205,030	152,431,958	100,340,039	72,733,954	70,102,458	59,361,781	42,981,630	30,768,638

## TABLA 2

### COMERCIO EXTERIOR POR ENTIDAD FEDERATIVA

Millones de dólares  
enero-diciembre 1998

Estado	Exportaciones	Importaciones	Balanza Comercial
Aguascalientes	323	395	-73
Baja California Norte	10,223	7,536	2,687
Baja California Sur	56	81	-25
Campeche	26	38	-12
Coahuila	3,142	2,828	313
Colima	17	20	-2
Chiapas	180	31	149
Chihuahua	9,401	8,226	1,175
Distrito Federal	22,031	24,521	-2,489
Durango	622	424	198
Guanajuato	949	1,047	-97
Guerrero	53	29	24
Hidalgo	244	371	-127
Jalisco	1,059	1,908	-849
Estado de México	2,192	4,991	-2,799
Michoacán	809	587	223
Morelos	284	449	-165
Nayarit	30	4	26
Nuevo León	4,795	5,511	-716
Oaxaca	29	33	-4
Puebla	4,700	2,845	1,855
Querétaro	1,145	1,185	-40
Quintana Roo	39	98	-58
San Luis Potosí	484	557	-73
Sinaloa	535	298	237
Sonora	3,369	2,589	780
Tabasco	18	44	-26
Tamaulipas	5,939	5,758	181
Tlaxcala	190	234	-43
Veracruz	793	599	194
Yucatán	261	463	-202
Zacatecas	78	98	-20
N.I.*/	24,953	29,624	-4,671
Totales	117,501.00	125,242	-7,741

\*/ Estados no identificados

Fuente:SECOFI, Sistema General de Información Comercial de México (SICMEX)

**TABLA 3**
**BALANZA COMERCIAL DE PUEBLA 1994, POR CAPÍTULOS (DÓLARES)**

CAPÍTULO	TEXTO	EXPORTACIÓN	IMPORTACIÓN	SALDO
		VA ENE-DIC	VA ENE-DIC	VA ENE-DIC
1	Animales Vivos	-	2,947,784.00	(2,947,784.00)
2	Carnes y despojos comestibles	-	11,236,661.00	(11,236,661.00)
3	Pescados y crustaceos	-	341,648.00	(341,648.00)
4	Leche y productos lacteos, huevo de	1,019,995.00	5,735,867.00	(4,715,872.00)
5	Los demás productos de origen animal	-	32,508.00	(32,508.00)
6	Plantas vivas y prod. de floricultura	288,723.00	410,540.00	(121,817.00)
7	Legumbres y hortalizas, plantas, raices	41,912.00	-	41,912.00
8	Frutos comestibles, cortezas de agrios	5,310,075.00	392,196.00	4,917,879.00
9	Café, te yerba mate y especias	33,120,364.00	568,064.00	32,552,300.00
10	Cereales	-	66,448,463.00	(66,448,463.00)
11	Productos de molineria	9,925.00	576,241.00	(566,316.00)
12	Semillas y productos oleaginosos	86,751.00	27,280,503.00	(27,193,752.00)
13	Gomas,recinas y demás jugos y extra	-	140,732.00	(140,732.00)
14	Materia trenzables	-	-	-
15	Grasas y aceites animales o vegetales	13,452.00	1,037,616.00	(1,024,164.00)
16	Preparaciones de carne, de pescado o	-	1,016,897.00	(1,016,897.00)
17	Azucares y artículos de confiteria	7,857,897.00	572,414.00	7,285,483.00
18	Cacao y sus preparaciones	-	-	-
19	Preparaciones a base de cereales	346,223.00	273,542.00	72,681.00
20	Preparaciones de legumbres u hortalizas	6,874,014.00	522,389.00	6,351,625.00
21	Preparaciones alimenticias diversas	126,840.00	1,141,623.00	(1,014,783.00)
22	Bebidas, liquidos alcoholicos, vinagre	38,115.00	652,854.00	(614,739.00)
23	Residuos y desperdicios de industrias	-	10,046,011.00	(10,046,011.00)
24	Tabaco y sucedaneos del tabaco elabora	4,356.00	-	4,356.00
25	Sal, azufre, tierras y piedras, yesos	763,456.00	720,582.00	42,874.00
26	Minerales, escorias y cenizas	-	-	-
27	Combustibles,minerales,aceites minerale	-	481,526.00	(481,526.00)
28	Productos quimicos inorganicos, compue	763,456.00	720,582.00	42,874.00
29	Productos quimicos organicos	1,642,055.00	3,946,023.00	(2,303,968.00)
30	Productos farmacéuticos	32,830.00	171,283.00	(138,453.00)
31	Abonos	-	-	-
32	Extractos curtientes tintoreos, taninos	-	1,541,368.00	(1,541,368.00)
33	Aceites esenciales y resinoides	104,206.00	179,915.00	(75,709.00)
34	Jabones, agentes de superficie organica	7,127,893.00	817,444.00	6,310,449.00
35	Materiales albuminoideas	2,172.00	1,514,083.00	(1,511,911.00)
36	Polvoras y explosivos, artículos de pirote	-	1,840.00	(1,840.00)
37	Productos fotograficos o cinematograficos	8,018.00	450,899.00	(442,881.00)
38	Productos diversos de la industria quimic	5,619,983.00	1,714,729.00	3,905,254.00
39	Materias plasticas y manufacturas	9,321,586.00	40,465,801.00	(31,144,215.00)
40	Caucho y manufacturas de caucho	412,839.00	7,897,830.00	(7,484,991.00)
41	Pieles y cuero	2,263,387.00	4,348,099.00	(2,084,712.00)
42	Manufacturas de cuero, artículos de g	125,002.00	465,018.00	(340,016.00)
43	Peleteria y confecciones de pelete	-	-	-
44	Madera, carbon vegetal y manufacturas	869,521.00	3,411,060.00	(2,541,539.00)
45	Corcho y sus manufacturas	-	41,030.00	(41,030.00)
46	Manufacturas de espartería	1,111,889.00	227,842.00	884,047.00
47	Pastas de madera o de otras materias	-	9,412,258.00	(9,412,258.00)
48	Papel y carton, manufacturas de pasta	13,268,090.00	8,661,426.00	4,606,664.00
49	Productos editoriales, de la prensa o de	188,001.00	35,462,819.00	(35,274,818.00)
50	Seda	-	4,735.00	(4,735.00)
51	Lana y pelo fino u ordinario	2,052.00	1,306,561.00	(1,304,509.00)

CAPITULO	TEXTO	EXPORTACIÓN	IMPORTACIÓN	SALDO
		VA. ENE-DIC	VA. ENE-DIC	VA. ENE-DIC
52	Algodón	3,541,361.00	24,795,040.00	(21,253,679.00)
53	Las demás fibras textiles vegetales	-	605,793.00	(605,793.00)
54	Filamentos sintéticos o artificiales	139,407.00	7,167,001.00	(7,027,594.00)
55	Fibras sintéticas o artificiales	2,461,031.00	12,650,944.00	(10,189,913.00)
56	Guata, fieltro y telas sin tejer	322,473.00	2,939,607.00	(2,617,134.00)
57	Alfombras y demás revestimientos	247,935.00	335,334.00	(87,399.00)
58	Tejidos especial, superficies textiles	22,726.00	944,474.00	(921,748.00)
59	Tejidos impregnados, recubiertos	934,171.00	691,828.00	242,343.00
60	Tejidos de punto	-	303,402.00	(303,402.00)
61	Prendas y complementos de vestir, de	10,634,798.00	1,643,691.00	8,991,107.00
62	Prendas y complementos de vestir excep	74,721,924.00	44,502,904.00	30,219,020.00
63	Los demás artículos textiles de confeccio	6,247,488.00	1,505,351.00	4,742,137.00
64	Calzado, polainas, botines y artículos	27,574.00	1,758,193.00	(1,730,619.00)
65	Artículos de sombrería y sus partes	6,930,678.00	757,852.00	6,172,826.00
66	Paraguas, sombrillas, quitasoles	-	23,742.00	(23,742.00)
67	Plumas y plumon preparados y artículos	-	134,675.00	(134,675.00)
68	Manufacturas de piedra, yeso, cemento	7,095,974.00	2,035,226.00	5,060,748.00
69	Productos ceramicos	630,959.00	2,398,635.00	(1,767,676.00)
70	Vidrio y manufacturas de vidrio	215,343.00	752,901.00	(537,558.00)
71	Perlas finas o cultivadas, piedras precios	309,940.00	331,935.00	(21,995.00)
72	Fundicion, hierro y acero	88,692.00	48,904,037.00	(48,815,345.00)
73	Manufacturas de fundicion de hierro	1,092,143.00	11,315,080.00	(10,222,937.00)
74	Cobre y manufacturas de cobre	530,531.00	344,734.00	185,797.00
75	Niquel y manufacturas de niquel	-	341,945.00	(341,945.00)
76	Aluminio y manufacturas de aluminio	873,935.00	9,263,178.00	(8,389,243.00)
78	Plomo y manufacturas de plomo	-	-	-
79	Zinc y manufacturas de zinc	-	-	-
80	Estaño y manufacturas de estaño	-	13,719.00	(13,719.00)
81	Los demás metales comunes	-	48,984.00	(48,984.00)
82	Herramientas y utiles, artículos de cuchi	7,322,370.00	17,322,119.00	(9,999,749.00)
83	Manufacturas diversas de metales comur	622,017.00	6,409,375.00	(5,787,358.00)
84	Reactores nucleares, calderas, maquinas	87,657,823.00	140,787,961.00	(53,130,138.00)
85	Maquinas, aparatos y material electrico	14,576,574.00	28,798,530.00	(14,221,956.00)
86	Vehiculos y material para vias ferreas	-	3,844.00	(3,844.00)
87	Vehiculos automoviles, tractores	1,071,581,989.00	82,342,414.00	989,239,575.00
88	Navegacion aerea espacial	-	2,425.00	(2,425.00)
89	Navegacion maritima o fluvial	-	177,819.00	(177,819.00)
90	Instrumentos y aparatos de optica	1,364,347.00	13,230,061.00	(11,865,714.00)
91	Relojeria	-	736,279.00	(736,279.00)
92	Instrumentos musicales, partes y accesor	117,563.00	41,367.00	76,196.00
93	Armas, municiones, sus partes y accesor	-	7,708.00	(7,708.00)
94	Muebles, mobiliario medico	5,992,099.00	1,911,511.00	4,080,588.00
95	Juguetes, juegos y artículos para recreaci	288,468.00	868,686.00	(580,218.00)
96	Manufacturas diversas	55,061.00	2,240,331.00	(2,185,270.00)
97	Objetos de arte, de colección	32,960.00	11,025.00	21,935.00
98	Importación de mercancías mediante	26,195.00	458,962,187.00	(458,935,992.00)
	<b>TOTAL</b>	<b>1,405,471,627.00</b>	<b>1,185,703,153.00</b>	<b>219,768,474.00</b>

FUENTE: SECOFI, DIRECCION DE INFORMACIÓN DE COMERCIO EXTERIOR

**TABLA 4**  
**BALANZA COMERCIAL DE PUEBLA 1995, POR CAPÍTULOS (DOLARES)**

CAPÍTULO	TEXTO	EXPORTACIÓN	IMPORTACIÓN	SALDO
		VA. ENE-DIC	VA. ENE-DIC	VA. ENE-DIC
1	Animales Vivos	34,000.00	461,738.00	(427,738.00)
2	Carnes y despojos comestibles	-	2,169,824.00	(2,169,824.00)
3	Pescados y crustaceos	10,487.00	211,454.00	(200,967.00)
4	Leche y productos lacteos, huevo de	98,942.00	180,081.00	(81,139.00)
5	Los demás productos de origen animal	-	57,553.00	(57,553.00)
6	Plantas vivas y prod. de floricultura	794,905.00	211,528.00	583,377.00
7	Legumbres y hortalizas, plantas, raices	111,533.00	34,325.00	77,208.00
8	Frutos comestibles, cortezas de agrios	469,174.00	395,617.00	73,557.00
9	Café, te yerba mate y especias	36,646,263.00	408,633.00	36,237,630.00
10	Cereales	-	68,471,768.00	(68,471,768.00)
11	Productos de molineria	1,082,552.00	98,439.00	984,113.00
12	Semillas y productos oleaginosos	17,946.00	53,941,504.00	(53,923,558.00)
13	Gomas,recinas y demás jugos y extra	9,764.00	73,053.00	(63,289.00)
14	Materia trenzables	-	-	-
15	Grasas y aceites animales o vegetales	25,482.00	685,877.00	(660,395.00)
16	Preparaciones de carne, de pescado o	-	-	-
17	Azucares y artículos de confiteria	11,657,990.00	322,976.00	11,335,014.00
18	Cacao y sus preparaciones	-	5,791.00	(5,791.00)
19	Preparaciones a base de cereales	1,664,679.00	11,468.00	1,653,211.00
20	Preparaciones de legumbres u hortalizas	6,767,806.00	89,549.00	6,678,257.00
21	Preparaciones alimenticias diversas	231,813.00	674,956.00	(443,143.00)
22	Bebidas, liquidos alcoholicos, vinagre	873,320.00	139,659.00	733,661.00
23	Residuos y desperdicios de industrias	-	7,953,415.00	(7,953,415.00)
24	Tabaco y sucedaneos del tabaco elaborad	-	-	-
25	Sal, azufre, tierras y piedras, yesos	687,697.00	662,018.00	25,679.00
26	Minerales, escorias y cenizas	15,076.00	18,166.00	(3,090.00)
27	Combustibles,minerales,aceites minerales	-	1,281,819.00	(1,281,819.00)
28	Productos quimicos inorganicos, compues	1,528,417.00	2,646,601.00	(1,118,184.00)
29	Productos quimicos organicos	3,785,192.00	6,986,740.00	(3,201,548.00)
30	Productos farmacéuticos	-	47,563.00	(47,563.00)
31	Abonos	-	-	-
32	Extractos curtientes tintoreos, taninos	144,569.00	2,860,562.00	(2,715,993.00)
33	Aceites esenciales y resinoides	367,686.00	620,222.00	(252,536.00)
34	Jabones, agentes de superficie organica	9,745,509.00	961,109.00	8,784,400.00
35	Materiales albuminoideas	90,278.00	1,338,857.00	(1,248,579.00)
36	Polvoras y explosivos, artículos de pirotec	-	91,800.00	(91,800.00)
37	Productos fotograficos o cinematograficos	-	416,656.00	(416,656.00)
38	Productos diversos de la industria quimica	6,206,472.00	1,508,160.00	4,698,312.00
39	Materias plasticas y manufacturas'	5,983,513.00	49,875,132.00	(43,891,619.00)
40	Caucho y manufacturas de caucho	1,150,681.00	27,699,119.00	(26,548,438.00)
41	Pieles y cuero	3,717,646.00	5,216,520.00	(1,498,874.00)
42	Manufacturas de cuero, artículos de g	108,099.00	414,729.00	(306,630.00)
43	Peleteria y confecciones de pelele	-	-	-
44	Madera, carbon vegetal y manufacturas	1,840,558.00	3,348,073.00	(1,507,515.00)
45	Corcho y sus manufacturas	-	541,663.00	(541,663.00)
46	Manufacturas de esparteria	1,309,659.00	4,067.00	1,305,592.00
47	Pastas de madera o de otras materias	8,235.00	17,312,459.00	(17,304,224.00)
48	Papel y carton, manufacturas de pasta	10,637,112.00	9,521,457.00	1,115,655.00
49	Productos editoriales, de la prensa o de	270,425.00	31,279,793.00	(31,009,368.00)
50	Seda	-	14,432.00	(14,432.00)
51	Lana y pelo fino u ordinario	-	719,591.00	(719,591.00)

CAPITULO	TEXTO	EXPORTACION	IMPORTACION	SALDO
		VA ENE DIC	VA ENE DIC	VA ENE DIC
52	Algodón	38,643,329.00	44,484,927.00	(5,841,598.00)
53	Las demás fibras textiles vegetales	-	233,682.00	(233,682.00)
54	Filamentos sintéticos o artificiales	742,553.00	5,715,580.00	(4,973,027.00)
55	Fibras sintéticas o artificiales	8,073,501.00	15,075,591.00	(7,002,090.00)
56	Guata, fieltro y telas sin tejer	2,991,519.00	1,514,629.00	1,476,890.00
57	Alfombras y demás revestimientos	632,764.00	116,109.00	516,655.00
58	Tejidos especiales, superficies textiles	118,529.00	2,362,134.00	(2,243,605.00)
59	Tejidos impregnados, recubiertos	1,000,534.00	2,442,661.00	(1,442,127.00)
60	Tejidos de punto	751,535.00	502,044.00	249,491.00
61	Prendas y complementos de vestir, de	36,955,602.00	16,820,184.00	20,135,418.00
62	Prendas y complementos de vestir excepto	151,640,844.00	104,009,458.00	47,631,386.00
63	Los demás artículos textiles de confección	10,716,626.00	635,825.00	10,080,801.00
64	Calzado, polainas, botines y artículos	199,206.00	265,205.00	(65,999.00)
65	Artículos de sombrería y sus partes	6,559,837.00	1,118,859.00	5,440,978.00
66	Paraguas, sombrillas, quitasoles	74,015.00	-	74,015.00
67	Plumas y plumon preparados y artículos	-	70,320.00	(70,320.00)
68	Manufacturas de piedra, yeso, cemento	6,798,046.00	2,182,254.00	4,615,792.00
69	Productos cerámicos	449,598.00	606,007.00	(156,409.00)
70	Vidrio y manufacturas de vidrio	409,806.00	1,246,066.00	(836,260.00)
71	Pérlas finas o cultivadas, piedras preciosas	383,214.00	167,416.00	215,798.00
72	Fundición, hierro y acero	985,626.00	64,987,513.00	(64,001,887.00)
73	Manufacturas de fundición de hierro	3,299,233.00	31,951,441.00	(28,652,208.00)
74	Cobre y manufacturas de cobre	156,214.00	296,644.00	(140,430.00)
75	Níquel y manufacturas de níquel	-	670,442.00	(670,442.00)
76	Aluminio y manufacturas de aluminio	23,064.00	3,038,932.00	(3,015,868.00)
78	Plomo y manufacturas de plomo	-	31,476.00	(31,476.00)
79	Zinc y manufacturas de zinc	-	49,276.00	(49,276.00)
80	Estaño y manufacturas de estaño	-	96,596.00	(96,596.00)
81	Los demás metales comunes	-	113,015.00	(113,015.00)
82	Herramientas y útiles, artículos de cuchí	4,577,974.00	33,082,076.00	(28,504,102.00)
83	Manufacturas diversas de metales comunes	7,649,956.00	16,386,631.00	(8,736,675.00)
84	Reactores nucleares, calderas, máquinas	187,680,331.00	271,010,274.00	(83,329,943.00)
85	Máquinas, aparatos y material eléctrico	23,080,240.00	74,684,557.00	(51,604,317.00)
86	Vehículos y material para vías férreas	-	1,589.00	(1,589.00)
87	Vehículos automotores, tractores	1,723,843,429.00	283,469,668.00	1,440,373,761.00
88	Navegación aérea espacial	1,717,835.00	242,293.00	1,475,542.00
89	Navegación marítima o fluvial	-	-	-
90	Instrumentos y aparatos de óptica	3,928,200.00	24,106,145.00	(20,177,945.00)
91	Relojería	-	579,424.00	(579,424.00)
92	Instrumentos musicales, partes y accesorios	75,355.00	3,284.00	72,071.00
93	Armas, municiones, sus partes y accesorios	-	-	-
94	Muebles, mobiliario médico	14,362,596.00	4,525,528.00	9,837,068.00
95	Juguetes, juegos y artículos para recreación	430,302.00	394,452.00	35,850.00
96	Manufacturas diversas	222,891.00	4,878,390.00	(4,655,499.00)
97	Objetos de arte, de colección	31,600.00	34,032.00	(2,432.00)
98	Importación de mercancías mediante	38,990.00	182,757,771.00	(182,718,781.00)
	<b>TOTAL</b>	<b>2,347,338,374.00</b>	<b>1,498,946,916.00</b>	<b>848,391,458.00</b>

FUENTE: SECOFI, DIRECCION DE INFORMACION DE COMERCIO EXTERIOR

**TABLA 5**  
**BALANZA COMERCIAL DE PUEBLA 1996, POR CAPÍTULOS (DÓLARES)**

CAPÍTULO	TEXTO	EXPORTACION	IMPORTACION	SALDO
		VA. ENE-DIC	VA. ENE-DIC	VA. ENE-DIC
1	Animales Vivos	-	754,409.00	(754,409.00)
2	Carnes y despojos comestibles	-	2,577,929.00	(2,577,929.00)
3	Pescados y crustaceos	209,023.00	12,000.00	197,023.00
4	Leche y productos lacteos, huevo de	259,254.00	353,615.00	(94,361.00)
5	Los demás productos de origen animal	-	147,913.00	(147,913.00)
6	Plantas vivas y prod. de floricultura	701,512.00	41,909.00	659,603.00
7	Legumbres y hortalizas, plantas, raices	1,061,476.00	641,671.00	419,805.00
8	Frutos comestibles, cortezas de agrios	366,332.00	299,011.00	67,321.00
9	Café, te yerba mate y especias	42,166,507.00	969,834.00	41,196,673.00
10	Cereales	52,879.00	122,837,432.00	(122,784,553.00)
11	Productos de molineria	-	213,765.00	(213,765.00)
12	Semillas y productos oleaginosos	692,079.00	83,686,004.00	(82,993,925.00)
13	Gomas,recinas y demás jugos y extra	5,830.00	47,268.00	(41,438.00)
14	Materia trenzables	-	-	-
15	Grasas y aceites animales o vegetales	-	505,657.00	(505,657.00)
16	Preparaciones de carne, de pescado o	15,444.00	464,984.00	(449,540.00)
17	Azucares y artículos de confiteria	23,176,722.00	815,021.00	22,361,701.00
18	Cacao y sus preparaciones	-	-	-
19	Preparaciones a base de cereales	2,478,261.00	113,095.00	2,365,166.00
20	Preparaciones de legumbres u hortalizas	8,350,103.00	-	8,350,103.00
21	Preparaciones alimenticias diversas	522,965.00	744,287.00	(221,322.00)
22	Bebidas, liquidos alcoholicos, vinagre	490,869.00	120,203.00	370,666.00
23	Residuos y desperdicios de industrias	36,246.00	9,584,506.00	(9,548,260.00)
24	Tabaco y sucedaneos del tabaco elabora	-	-	-
25	Sal, azufre, tierras y piedras, yesos	842,275.00	973,951.00	(131,676.00)
26	Minerales, escorias y cenizas	37,302.00	6,418.00	30,884.00
27	Combustibles,minerales,aceites minerale	33,946.00	1,368,870.00	(1,334,924.00)
28	Productos quimicos inorganicos, compue	1,185,755.00	4,734,920.00	(3,549,165.00)
29	Productos quimicos organicos	3,815,253.00	8,394,787.00	(4,579,534.00)
30	Productos farmacéuticos	-	54,701.00	(54,701.00)
31	Abonos	-	-	-
32	Extractos curtientes tintoreos, taninos	146,731.00	4,246,873.00	(4,100,142.00)
33	Aceites esenciales y resinoides	182,718.00	1,034,036.00	(851,318.00)
34	Jabones, agentes de superficie organica	8,304,827.00	1,140,629.00	7,164,198.00
35	Materiales albuminoideas	83,470.00	1,183,483.00	(1,100,013.00)
36	Polvoras y explosivos, artículos de pirote	-	63,315.00	(63,315.00)
37	Productos fotograficos o cinematografico	20,079.00	634,417.00	(614,338.00)
38	Productos diversos de la industria quimic	7,938,496.00	4,291,282.00	3,647,214.00
39	Materias plasticas y manufacturas	4,641,811.00	61,762,266.00	(57,120,455.00)
40	Caucho y manufacturas de caucho	2,833,851.00	49,470,173.00	(46,636,322.00)
41	Pieles y cuero	5,131,025.00	5,694,567.00	(563,542.00)
42	Manufacturas de cuero, artículos de g	279,673.00	767,077.00	(487,404.00)
43	Peleteria y confecciones de pelete	-	-	-
44	Madera, carbon vegetal y manufacturas	5,072,038.00	3,525,668.00	1,546,370.00
45	Corcho y sus manufacturas	-	1,326,755.00	(1,326,755.00)
46	Manufacturas de esparteria	1,004,531.00	-	1,004,531.00
47	Pastas de madera o de otras materias	-	12,680,815.00	(12,680,815.00)
48	Papel y carton, manufacturas de pasta	13,392,997.00	11,014,645.00	2,378,352.00
49	Productos editoriales, de la prensa o de	485,970.00	42,773,611.00	(42,287,641.00)
50	Seda	-	-	-
51	Lana y pelo fino u ordinario	4,594.00	76,481.00	(71,887.00)

CAPITULO	TEXTO	EXPORTACION	IMPORTACION	SALDO
		VA. ENE-DIC	VA. ENE-DIC	VA. ENE-DIC
52	Algodón	51,751,438.00	67,006,831.00	(15,255,393.00)
53	Las demás fibras textiles vegetales	-	42,682.00	(42,682.00)
54	Filamentos sintéticos o artificiales	7,638,481.00	11,719,367.00	(4,080,886.00)
55	Fibras sintéticas o artificiales	7,339,942.00	18,765,441.00	(11,425,499.00)
56	Guata, fieltro y telas sin tejer	5,924,827.00	1,974,249.00	3,950,578.00
57	Alfombras y demás revestimientos	744,597.00	235,900.00	508,697.00
58	Tejidos especiales, superficies textiles	154,168.00	4,573,559.00	(4,419,391.00)
59	Tejidos impregnados, recubiertos	784,246.00	1,985,213.00	(1,200,967.00)
60	Tejidos de punto	480,822.00	1,235,849.00	(755,027.00)
61	Prendas y complementos de vestir, de	80,631,026.00	28,686,486.00	51,944,540.00
62	Prendas y complementos de vestir exce	263,048,795.00	144,989,593.00	118,059,202.00
63	Los demás artículos textiles de confecc	8,877,224.00	1,811,188.00	7,066,036.00
64	Calzado, polainas, botines y artículos	137,285.00	4,884.00	132,401.00
65	Artículos de sombrería y sus partes	7,077,772.00	1,149,451.00	5,928,321.00
66	Paraguas, sombrillas, quitasoles	10,977.00	3,636.00	7,341.00
67	Plumas y plumon preparados y artículos	-	37,059.00	(37,059.00)
68	Manufacturas de piedra, yeso, cemento	9,236,799.00	3,517,344.00	5,719,455.00
69	Productos cerámicos	912,011.00	2,162,504.00	(1,250,493.00)
70	Vidrio y manufacturas de vidrio	540,158.00	2,203,476.00	(1,663,318.00)
71	Perlas finas o cultivadas, piedras precios	261,503.00	102,939.00	158,564.00
72	Fundición, hierro y acero	1,248,842.00	82,429,362.00	(81,180,520.00)
73	Manufacturas de fundición de hierro	5,104,670.00	54,796,459.00	(49,691,789.00)
74	Cobre y manufacturas de cobre	143,679.00	302,643.00	(158,964.00)
75	Níquel y manufacturas de níquel	-	692,922.00	(692,922.00)
76	Aluminio y manufacturas de aluminio	28,213.00	2,336,947.00	(2,308,734.00)
78	Plomo y manufacturas de plomo	-	150,827.00	(150,827.00)
79	Zinc y manufacturas de zinc	-	-	-
80	Estaño y manufacturas de estaño	-	18,140.00	(18,140.00)
81	Los demás metales comunes	2,643.00	207,309.00	(204,666.00)
82	Herramientas y útiles, artículos de cuchi	9,201,215.00	12,293,171.00	(3,091,956.00)
83	Manufacturas diversas de metales comu	16,229,269.00	21,255,693.00	(5,026,424.00)
84	Reactores nucleares, calderas, maquina	268,890,118.00	484,153,549.00	(215,263,431.00)
85	Maquinas, aparatos y material eléctrico	21,260,633.00	98,869,540.00	(77,608,907.00)
86	Vehículos y material para vías ferreas	-	76,156.00	(76,156.00)
87	Vehículos automóviles, tractores	2,118,819,610.00	463,523,663.00	1,655,295,947.00
88	Navegación aérea espacial	2,800,000.00	816,383.00	1,983,617.00
89	Navegación marítima o fluvial	-	-	-
90	Instrumentos y aparatos de óptica	4,259,297.00	35,242,577.00	(30,983,280.00)
91	Relojería	-	1,176,736.00	(1,176,736.00)
92	Instrumentos musicales, partes y acceso	58,339.00	-	58,339.00
93	Armas, municiones, sus partes y acceso	-	-	-
94	Muebles, mobiliario médico	26,726,617.00	1,666,238.00	25,060,379.00
95	Juguetes, juegos y artículos para recrea	419,951.00	473,313.00	(53,362.00)
96	Manufacturas diversas	253,088.00	8,050,852.00	(7,797,764.00)
97	Objetos de arte, de colección	27,157.00	36,472.00	(9,315.00)
98	Importación de mercancías mediante	3,470.00	1,924,061.00	(1,920,591.00)
	<b>TOTAL</b>	<b>3,057,051,726.00</b>	<b>2,004,850,917.00</b>	<b>1,046,326,120.00</b>

FUENTE: SECOFI, DIRECCION DE INFORMACIÓN DE COMERCIO EXTERIOR

**TABLA 6**  
**BALANZA COMERCIAL DE PUEBLA 1997, POR CAPITULOS (DÓLARES)**

CAPITULO	TEXTO	EXPORTACIÓN	IMPORTACIÓN	SALDO
		VA. ENE-DIC	VA. ENE-DIC	VA. ENE-DIC
1	Animales Vivos	43,750.00	1,067,316.00	(1,023,566.00)
2	Carnes y despojos comestibles	23,575.00	6,835,734.00	(6,812,159.00)
3	Pescados y crustaceos	227,892.00	318,934.00	(91,042.00)
4	Leche y productos lacteos, huevo de	269,725.00	517,389.00	(247,664.00)
5	Los demás productos de origen animal	-	318,758.00	(318,758.00)
6	Plantas vivas y prod. de floricultura	482,154.00	475,775.00	6,379.00
7	Legumbres y hortalizas, plantas, raices	1,720,465.00	1,640,228.00	80,237.00
8	Frutos comestibles, cortezas de agrios	214,285.00	844,733.00	(630,448.00)
9	Café, te yerba mate y especias	41,939,310.00	1,940,460.00	39,998,850.00
10	Cereales	-	85,144,356.00	(85,144,356.00)
11	Productos de molineria	-	350,433.00	(350,433.00)
12	Semillas y productos oleaginosos	90,896.00	76,251,670.00	(76,160,774.00)
13	Gomas, resinas y demás jugos y extra	1,650.00	182,378.00	(180,728.00)
14	Materia trenzables	11,568.00	-	11,568.00
15	Grasas y aceites animales o vegetales	41,280.00	447,678.00	(406,398.00)
16	Preparaciones de carne, de pescado o	-	306,221.00	(306,221.00)
17	Azucares y artículos de confiteria	13,155,116.00	282,340.00	12,872,776.00
18	Cacao y sus preparaciones	-	-	-
19	Preparaciones a base de cereales	1,884,731.00	-	1,884,731.00
20	Preparaciones de legumbres u hortalizas	12,035,889.00	1,105,087.00	10,930,802.00
21	Preparaciones alimenticias diversas	950,471.00	1,105,087.00	(154,616.00)
22	Bebidas, liquidos alcoholicos, vinagre	875,020.00	60,277.00	814,743.00
23	Residuos y desperdicios de industrias	-	13,174,294.00	(13,174,294.00)
24	Tabaco y sucedaneos del tabaco elabora	-	-	-
25	Sal, azufre, tierras y piedras, yesos	1,026,954.00	1,050,374.00	(23,420.00)
26	Minerales, escorias y cenizas	72,739.00	11,463.00	61,276.00
27	Combustibles, minerales, aceites minerales	6,414.00	2,270,237.00	(2,263,823.00)
28	Productos quimicos inorganicos, compue	1,642,853.00	4,068,049.00	(2,425,196.00)
29	Productos quimicos organicos	4,201,528.00	9,902,080.00	(5,700,552.00)
30	Productos farmacéuticos	104,645.00	94,487.00	10,158.00
31	Abonos	-	4,315.00	(4,315.00)
32	Extractos curtientes tintóreos, taninos	116,070.00	4,993,775.00	(4,877,705.00)
33	Aceites esenciales y resinoides	361,359.00	696,697.00	(335,338.00)
34	Jabones, agentes de superficie organica	16,770,028.00	2,085,969.00	14,684,059.00
35	Materiales albuminoideas	56,685.00	1,236,213.00	(1,179,528.00)
36	Polvoras y explosivos, artículos de pirote	-	218,645.00	(218,645.00)
37	Productos fotograficos o cinematografico	24,559.00	742,600.00	(718,041.00)
38	Productos diversos de la industria quimic	8,431,286.00	5,881,246.00	2,550,040.00
39	Materias plasticas y manufacturas	5,863,596.00	81,720,204.00	(75,856,608.00)
40	Caucho y manufacturas de caucho	1,405,149.00	51,716,950.00	(50,311,801.00)
41	Pielés y cuero	6,103,768.00	4,970,604.00	1,133,164.00
42	Manufacturas de cuero, artículos de g	464,378.00	1,054,069.00	(589,691.00)
43	Peleteria y confecciones de pelete	6,610.00	16,860.00	(10,250.00)
44	Madera, carbon vegetal y manufacturas	9,883,792.00	3,228,878.00	6,654,914.00
45	Corcho y sus manufacturas	-	1,554,590.00	(1,554,590.00)
46	Manufacturas de esparteria	1,064,526.00	38,530.00	1,025,996.00
47	Pastas de madera o de otras materias	-	15,362,450.00	(15,362,450.00)
48	Papel y carton, manufacturas de pasta	18,819,564.00	13,979,197.00	4,840,367.00
49	Productos editoriales, de la prensa o de	956,973.00	15,444,465.00	(14,487,492.00)
50	Seda	-	-	-
51	Lana y pelo fino u ordinario	75,474.00	231,959.00	(156,485.00)

CAPITULO	TEXTO	EXPORTACION	IMPORTACION	SALDO
		VA ENE-DIC	VA ENE-DIC	VA ENE-DIC
52	Algodón	444,327,062.00	71,490,795.00	372,836,267.00
53	Las demás fibras textiles vegetales	-	184,395.00	(184,395.00)
54	Filamentos sintéticos o artificiales	413,680.00	26,897,516.00	(26,483,836.00)
55	Fibras sintéticas o artificiales	10,311,483.00	23,798,984.00	(13,487,501.00)
56	Guata, fieltro y telas sin tejer	7,320,094.00	4,397,352.00	2,922,742.00
57	Alfombras y demás revestimientos	1,008,818.00	238,072.00	770,746.00
58	Tejidos especiales, superficies textiles	990,550.00	6,782,383.00	(5,791,833.00)
59	Tejidos impregnados, recubiertos	826,787.00	2,159,701.00	(1,332,914.00)
60	Tejidos de punto	-	2,252,838.00	(2,252,838.00)
61	Prendas y complementos de vestir, de	146,420,205.00	36,885,035.00	109,535,170.00
62	Prendas y complementos de vestir exce	397,067,235.00	163,288,514.00	233,778,721.00
63	Los demás artículos textiles de confección	13,467,559.00	1,747,594.00	11,719,965.00
64	Calzado, polainas, botines y artículos	121,379.00	19,768.00	101,611.00
65	Artículos de sombrería y sus partes	6,591,302.00	713,572.00	5,877,730.00
66	Paraguas, sombrillas, quitasoles	44,120.00	18,070.00	26,050.00
67	Plumas y plumon preparados y artículos	-	235,719.00	(235,719.00)
68	Manufacturas de piedra, yeso, cemento	8,822,532.00	3,327,704.00	5,494,828.00
69	Productos cerámicos	883,244.00	919,645.00	(36,401.00)
70	Vidrio y manufacturas de vidrio	800,482.00	4,380,039.00	(3,579,557.00)
71	Perlas finas o cultivadas, piedras preciosas	153,124.00	160,917.00	(7,793.00)
72	Fundición, hierro y acero	1,768,682.00	82,114,839.00	(80,346,157.00)
73	Manufacturas de fundición de hierro	6,481,357.00	63,488,458.00	(57,007,101.00)
74	Cobre y manufacturas de cobre	320,401.00	783,123.00	(462,722.00)
75	Níquel y manufacturas de níquel	-	628,724.00	(628,724.00)
76	Aluminio y manufacturas de aluminio	6,920.00	6,725,162.00	(6,718,242.00)
78	Plomo y manufacturas de plomo	-	232,583.00	(232,583.00)
79	Zinc y manufacturas de zinc	-	2,223.00	(2,223.00)
80	Estaño y manufacturas de estaño	-	39,696.00	(39,696.00)
81	Los demás metales comunes	-	311,884.00	(311,884.00)
82	Herramientas y útiles, artículos de cuchillería	5,705,697.00	47,663,400.00	(41,957,703.00)
83	Manufacturas diversas de metales comunes	7,458,125.00	25,205,497.00	(17,747,372.00)
84	Reactores nucleares, calderas, máquinas	301,087,748.00	650,734,199.00	(349,646,451.00)
85	Maquinas, aparatos y material eléctrico	24,536,748.00	192,279,397.00	(167,742,649.00)
86	Vehículos y material para vías férreas	-	22,062.00	(22,062.00)
87	Vehículos automotores, tractores	2,451,069,616.00	585,253,593.00	1,865,816,023.00
88	Navegación aérea espacial	16,892.00	-	16,892.00
89	Navegación marítima o fluvial	-	5,925.00	(5,925.00)
90	Instrumentos y aparatos de óptica	5,527,987.00	46,372,007.00	(40,844,020.00)
91	Relojería	-	1,793,223.00	(1,793,223.00)
92	Instrumentos musicales, partes y accesorios	811,599.00	26,305.00	785,294.00
93	Armas, municiones, sus partes y accesorios	-	-	-
94	Muebles, mobiliario médico	52,824,623.00	3,538,375.00	49,286,248.00
95	Juguetes, juegos y artículos para recreación	310,884.00	931,606.00	(620,722.00)
96	Manufacturas diversas	312,640.00	11,179,608.00	(10,866,968.00)
97	Objetos de arte, de colección	6,414.00	35,311.00	(28,897.00)
98	Importación de mercancías mediante	18,787.00	1,466,285.00	(1,447,498.00)
	<b>TOTAL</b>	<b>4,049,261,503.00</b>	<b>2,485,676,152.00</b>	<b>1,469,583,256.00</b>

FUENTE: SECOFI, DIRECCION DE INFORMACIÓN DE COMERCIO EXTERIOR

**TABLA 7**  
**BALANZA COMERCIAL DE PUEBLA 1998, POR CAPITULOS (DÓLARES)**

CAPITULO	TEXTO	EXPORTACION	IMPORTACION	SALDO
		1998	1998	1998
1	Animales Vivos	-	646,457.00	(646,457.00)
2	Carnes y despojos comestibles	-	5,272,600.00	(5,272,600.00)
3	Pescados y crustaceos	133,451.00	47,156.00	86,295.00
4	Leche y productos lacteos, huevo de	194,455.00	185,130.00	9,325.00
5	Los demás productos de origen animal	-	187,671.00	(187,671.00)
6	Plantas vivas y prod. de floricultura	484,651.00	-	484,651.00
7	Legumbres y hortalizas, plantas, raices	-	373,746.00	(373,746.00)
8	Frutos comestibles, cortezas de agrios	-	631,014.00	(631,014.00)
9	Café, te yerba mate y especias	11,185,149.00	841,686.00	10,343,463.00
10	Cereales	-	42,628,964.00	(42,628,964.00)
11	Productos de molinería	-	227,180.00	(227,180.00)
12	Semillas y productos oleaginosos	20,028.00	30,945,410.00	(30,925,382.00)
13	Gomas,recinas y demás jugos y extra	-	122,614.00	(122,614.00)
14	Materia trenzables	-	-	-
15	Grasas y aceites animales o vegetales	9,735.00	276,674.00	(266,939.00)
16	Preparaciones de carne, de pescado o	-	135,702.00	(135,702.00)
17	Azucares y artículos de confitería	3,750,019.20	6,415.00	3,743,604.20
18	Cacao y sus preparaciones	-	-	-
19	Preparaciones a base de cereales	342,453.00	-	342,453.00
20	Preparaciones de legumbres u hortalizas	4,796,013.00	-	4,796,013.00
21	Preparaciones alimenticias diversas	172,139.00	418,767.00	(246,628.00)
22	Bebidas, liquidos alcoholicos, vinagre	621,215.00	5,483.00	615,732.00
23	Residuos y desperdicios de industrias	-	6,115,908.00	(6,115,908.00)
24	Tabaco y sucedaneos del tabaco elabora	-	-	-
25	Sal, azufre, tierras y piedras, yesos	84,323.00	351,164.00	(266,841.00)
26	Minerales, escorias y cenizas	18,543.00	83,932.00	(65,389.00)
27	Combustibles,minerales,aceites minerale	-	3,030,857.00	(3,030,857.00)
28	Productos quimicos inorganicos, compue	708,818.00	2,022,679.00	(1,313,861.00)
29	Productos quimicos organicos	2,378,211.00	5,906,394.00	(3,528,183.00)
30	Productos farmacéuticos	42,039.00	36,191.00	5,848.00
31	Abonos	-	-	-
32	Extractos curtientes tintoreos, taninos	99,014.00	4,310,187.00	(4,211,173.00)
33	Aceites esenciales y resinoides	7,638.00	471,133.00	(463,495.00)
34	Jabones, agentes de superficie organica	8,869,364.00	860,528.00	8,008,836.00
35	Materiales albuminoideas	10,318.00	752,551.00	(742,233.00)
36	Polvoras y explosivos, artículos de pirote	-	-	-
37	Productos fotograficos o cinematografico	10,324.00	612,162.00	(601,838.00)
38	Productos diversos de la industria quimic	4,150,911.00	3,755,193.00	395,718.00
39	Materias plasticas y manufacturas	2,161,289.00	37,848,129.00	(35,686,840.00)
40	Caucho y manufacturas de caucho	2,150,428.00	33,619,693.00	(31,469,265.00)
41	Pieles y cuero	3,119,444.00	2,213,421.00	906,023.00
42	Manufacturas de cuero, artículos de g	89,095.00	599,918.00	(510,823.00)
43	Peletería y confecciones de pelete	-	-	-
44	Madera, carbon vegetal y manufacturas	2,310,804.00	1,494,545.00	816,259.00
45	Corcho y sus manufacturas	-	589,927.00	(589,927.00)
46	Manufacturas de espartería	476,147.00	86,367.00	389,780.00
47	Pastas de madera o de otras materias	-	3,828,379.00	(3,828,379.00)
48	Papel y carton, manufacturas de pasta	7,833,403.00	7,201,234.00	632,169.00
49	Productos editoriales, de la prensa o de	223,704.00	10,248,131.00	(10,024,427.00)
50	Seda	-	-	-
51	Lana y pelo fino u ordinario	-	79,187.00	(79,187.00)

CAPITULO	TEXTO	EXPORTACION	IMPORTACION	SALDO
		VA ENE-DIC	VA ENE-DIC	VA ENE-DIC
52	Algodón	13,797,315.00	57,906,763.00	(44,109,448.00)
53	Las demás fibras textiles vegetales	3,359.00	247,350.00	(243,991.00)
54	Filamentos sintéticos o artificiales	329,456.00	14,010,430.00	(13,680,974.00)
55	Fibras sintéticas o artificiales	5,101,795.00	16,537,256.00	(11,435,461.00)
56	Guata, fieltro y telas sin tejer	2,721,975.00	2,378,140.00	343,835.00
57	Alfombras y demás revestimientos	239,205.00	404,561.00	(165,356.00)
58	Tejidos especiales, superficies textiles	79,310.00	4,042,978.00	(3,963,668.00)
59	Tejidos impregnados, recubiertos	265,646.00	1,057,917.00	(792,271.00)
60	Tejidos de punto	-	1,180,690.00	(1,180,690.00)
61	Prendas y complementos de vestir, de	48,838,401.00	19,901,938.00	28,936,463.00
62	Prendas y complementos de vestir exce	172,759,592.00	74,543,751.00	98,215,841.00
63	Los demás artículos textiles de confección	8,564,754.00	883,692.00	7,681,062.00
64	Calzado, polainas, botines y artículos	36,739.00	-	36,739.00
65	Artículos de sombrería y sus partes	3,536,926.00	3,946,669.00	(409,743.00)
66	Paraguas, sombrillas, quitasoles	-	-	-
67	Plumas y plumon preparados y artículos	-	88,165.00	(88,165.00)
68	Manufacturas de piedra, yeso, cemento	3,882,011.00	1,786,986.00	2,095,025.00
69	Productos cerámicos	983,020.00	742,571.00	240,449.00
70	Vidrio y manufacturas de vidrio	678,588.00	2,943,772.00	(2,265,184.00)
71	Pérlas finas o cultivadas, piedras preciosas	33,532.00	107,411.00	(73,879.00)
72	Fundición, hierro y acero	408,819.00	48,858,513.00	(48,449,694.00)
73	Manufacturas de fundición de hierro	2,686,418.00	37,958,252.00	(35,271,834.00)
74	Cobre y manufacturas de cobre	66,477.00	945,882.00	(879,405.00)
75	Níquel y manufacturas de níquel	3,250.00	166,918.00	(163,668.00)
76	Aluminio y manufacturas de aluminio	17,200.00	8,030,965.00	(8,013,765.00)
78	Plomo y manufacturas de plomo	7,843.00	107,555.00	(99,712.00)
79	Zinc y manufacturas de zinc	-	-	-
80	Estaño y manufacturas de estaño	-	150,222.00	(150,222.00)
81	Los demás metales comunes	9,555.00	180,412.00	(170,857.00)
82	Herramientas y útiles, artículos de cuchillería	3,566,964.00	33,501,703.00	(29,934,739.00)
83	Manufacturas diversas de metales comunes	1,954,226.00	18,534,348.00	(16,580,122.00)
84	Reactores nucleares, calderas, máquinas	145,919,288.00	351,185,291.00	(205,266,003.00)
85	Máquinas, aparatos y material eléctrico	10,169,551.00	95,201,945.00	(85,032,394.00)
86	Vehículos y material para vías férreas	-	2,836.00	(2,836.00)
87	Vehículos automotores, tractores	1,692,676,275.00	445,177,828.00	1,247,498,447.00
88	Navegación aérea espacial	-	-	-
89	Navegación marítima o fluvial	-	5,064.00	(5,064.00)
90	Instrumentos y aparatos de óptica	2,234,753.00	26,506,782.00	(24,272,029.00)
91	Relojería	13,744.00	1,170,806.00	(1,157,062.00)
92	Instrumentos musicales, partes y accesorios	46,404.00	53,879.00	(7,475.00)
93	Armas, municiones, sus partes y accesorios	-	-	-
94	Muebles, mobiliario médico	44,886,589.50	1,823,413.20	43,063,176.30
95	Juguetes, juegos y artículos para recreación	63,341.00	318,147.00	(254,806.00)
96	Manufacturas diversas	84,588.00	6,802,076.00	(6,717,488.00)
97	Objetos de arte, de colección	-	27,189.00	(27,189.00)
98	Importación de mercancías mediante	2,941.00	1,617,561.00	(1,614,620.00)
	<b>TOTAL</b>	<b>4,700,520,321.00</b>	<b>2,845,195,110.00</b>	<b>1,855,325,211.00</b>

FUENTE: SECOFI, DIRECCION DE INFORMACIÓN DE COMERCIO EXTERIOR

## TABLA 8

### BALANZA COMERCIAL DE PUEBLA 1994 LOS 5 PRINCIPALES SECTORES, POR SU PARTICIPACIÓN EN EL SALDO DE LA BALANZA ESTATAL (DÓLARES)

CAPITULO	TEXTO	EXPORTACION	IMPORTACION	SALDO
		VA ENE-DIC	VA ENE-DIC	VA ENE-DIC
87	Vehiculos automoviles, tractores	1,071,581,989.00	82,342,414.00	989,239,575.00
*	Industria Textil	91,604,210.00	47,651,946.00	43,952,264.00
9	Café, te yerba mate y especias	33,120,364.00	568,064.00	32,552,300.00
20	Preparaciones de legumbres u hortalizas	6,874,014.00	522,389.00	6,351,625.00
34	Jabones, agentes de superficie organica	7,127,893.00	817,444.00	6,310,449.00
68	Manufacturas de piedra, yeso, cemento	7,095,974.00	2,035,226.00	5,060,748.00
94	Muebles, mobiliario medico	5,992,099.00	1,911,511.00	4,080,588.00
	<b>TOTAL</b>	<b>1,223,396,543.00</b>	<b>135,848,994.00</b>	<b>1,087,547,549.00</b>

FUENTE: SECOFI, DIRECCION DE INFORMACIÓN DE COMERCIO EXTERIOR

\* NOTA: LA INDUSTRIA TEXTIL SE TOMO COMO UNA SOLA PARTIDA, AUNQUE EN REALIDAD ESTA FORMADA POR ESTOS TRES CAPÍTULOS.

CAPITULO	TEXTO	EXPORTACION	IMPORTACION	SALDO
		VA ENE-DIC	VA ENE-DIC	VA ENE-DIC
61	Prendas y complementos de vestir, de	10,634,798.00	1,643,691.00	8,991,107.00
62	Prendas y complementos de vestir excep	74,721,924.00	44,502,904.00	30,219,020.00
63	Los demás artículos textiles de confeccio	6,247,488.00	1,505,351.00	4,742,137.00

## **TABLA 9**

### **BALANZA COMERCIAL DE MÉXICO 1993-1998**

Millones de Dólares  
1993-1998

<b>AÑO</b>	<b>EXPORTACION</b>	<b>IMPORTACION</b>	<b>SALDO</b>
<b>1993</b>	<b>51,886</b>	<b>65,367</b>	<b>-18,908</b>
<b>1994</b>	<b>60,882</b>	<b>79,346</b>	<b>-18,464</b>
<b>1995</b>	<b>79,542</b>	<b>72,453</b>	<b>7,088</b>
<b>1996</b>	<b>96,000</b>	<b>89,469</b>	<b>6,531</b>
<b>1997</b>	<b>110,431</b>	<b>109,808</b>	<b>623</b>
<b>1998</b>	<b>117,501</b>	<b>125,242</b>	<b>-7,741</b>

Fuente: Grupo de Trabajo Banco de México, INEGI, SHCP y SECOFI

## TABLA 9-A

### BALANZA COMERCIAL DE MEXICO DESGLOZADA 1998

Mes	Exportación	Importación	Saldo
Enero	8,543.70	9,215.90	-672.2
Febrero	8,962.70	9,546.30	(583.60)
Marzo	10,719.80	11,209.90	(490.20)
Abril	9,784.10	10,151.90	(367.80)
Mayo	9,806.00	10,089.00	(283.00)
Junio	10,295.90	10,789.70	(493.80)
Julio	9,142.30	9,880.50	(738.20)
Agosto	9,258.80	10,037.40	(778.60)
Septiembre	10,158.00	10,930.80	(772.80)
Octubre	10,301.00	11,098.70	(797.70)
Noviembre	10,234.00	11,112.60	(878.60)
Diciembre	10,299.00	11,184.10	(885.10)
<b>TOTAL</b>	<b>117,505.30</b>	<b>125,246.80</b>	<b>(7,741.50)</b>

VALOR EN MILLONES DE DÓLARES

FUENTE: INEGI, BANCO DE MEXICO, SHCP, INERNET Boletín de la  
Secretaría de Relaciones Exteriores de México, BANCOMEXT

# TABLA 10

## BALANZA COMERCIAL DE PUEBLA 1995 LOS 5 PRINCIPALES SECTORES, POR SU PARTICIPACIÓN EN EL SALDO DE LA BALANZA ESTATAL (DÓLARES)

CAPITULO	TEXTO	EXPORTACIÓN	IMPORTACIÓN	SALDO
		VA ENE-DIC	VA ENE-DIC	VA ENE-DIC
87	Vehiculos automoviles, tractores	1,723,843,429.00	283,469,668.00	1,440,373,761.00
*	Industria Textil	199,313,072.00	121,465,467.00	77,847,605.00
9	Café, te yerba mate y especias	36,646,263.00	408,633.00	36,237,630.00
17	Azúcares y artículos de confitería	11,657,990.00	322,976.00	11,335,014.00
94	Muebles, mobiliario medico	14,362,596.00	4,525,528.00	9,837,068.00
	<b>TOTAL</b>	<b>1,985,823,350.00</b>	<b>410,192,272.00</b>	<b>1,575,631,078.00</b>

FUENTE: SECOFI, DIRECCION DE INFORMACIÓN DE COMERCIO EXTERIOR

\* NOTA: LA INDUSTRIA TEXTIL SE TOMO COMO UNA SOLA PARTIDA, AUNQUE EN REALIDAD ESTA FORMADA POR ESTOS TRES CAPÍTULOS.

CAPITULO	TEXTO	EXPORTACIÓN	IMPORTACIÓN	SALDO
		VA ENE-DIC	VA ENE-DIC	VA ENE-DIC
61	Prendas y complementos de vestir, de	36,955,602.00	16,820,184.00	20,135,418.00
62	Prendas y complementos de vestir excep	151,640,844.00	104,009,458.00	47,631,386.00
63	Los demás artículos textiles de confeccio	10,716,626.00	635,825.00	10,080,801.00

# TABLA 11

## BALANZA COMERCIAL DE PUEBLA 1996 LOS 5 PRINCIPALES SECTORES, POR SU PARTICIPACIÓN EN EL SALDO DE LA BALANZA ESTATAL (DÓLARES)

CAPITULO	TEXTO	EXPORTACION	IMPORTACION	SALDO
		VA ENE-DIC	VA ENE-DIC	VA ENE-DIC
87	Vehiculos automoviles, tractores	2,118,819,610.00	463,523,663.00	1,655,295,947.00
*	Industria Textil	352,557,045.00	175,487,267.00	177,069,778.00
9	Café, te yerba mate y especias	42,166,507.00	969,834.00	41,196,673.00
94	Muebles, mobiliario medico	26,726,617.00	1,666,238.00	25,060,379.00
17	Azucares y artículos de confiteria	23,176,722.00	815,021.00	22,361,701.00
	<b>TOTAL</b>	<b>2,563,446,501.00</b>	<b>642,462,023.00</b>	<b>1,920,984,478.00</b>

FUENTE: SECOFI, DIRECCION DE INFORMACIÓN DE COMERCIO EXTERIOR

\* NOTA: LA INDUSTRIA TEXTIL SE TOMO COMO UNA SOLA PARTIDA, AUNQUE EN REALIDAD ESTA FORMADA POR ESTOS TRES CAPÍTULOS.

CAPITULO	TEXTO	EXPORTACION	IMPORTACION	SALDO
		VA ENE-DIC	VA ENE-DIC	VA ENE-DIC
61	Prendas y complementos de vestir, de	80,631,026.00	28,686,486.00	51,944,540.00
62	Prendas y complementos de vestir excepto	263,048,795.00	144,989,593.00	118,059,202.00
63	Los demás artículos textiles de confeccion	8,877,224.00	1,811,188.00	7,066,036.00

## TABLA 12

### BALANZA COMERCIAL DE PUEBLA 1997 LOS 5 PRINCIPALES SECTORES, POR SU PARTICIPACIÓN EN EL SALDO DE LA BALANZA ESTATAL (DÓLARES)

CAPITULO	TEXTO	EXPORTACION	IMPORTACION	SALDO
		VA ENE-DIC	VA ENE-DIC	VA ENE-DIC
87	Vehiculos automoviles, tractores	2,451,069,616.00	585,253,593.00	1,865,816,023.00
52	Algodón	444,327,062.00	71,490,795.00	372,836,267.00
*	Industria Textil	556,954,999.00	201,921,143.00	355,033,856.00
94	Muebles, mobiliario medico	52,824,623.00	3,538,375.00	49,286,248.00
9	Café, te yerba mate y especias	41,939,310.00	1,940,460.00	39,998,850.00
	<b>TOTAL</b>	<b>3,547,115,610.00</b>	<b>864,144,366.00</b>	<b>2,682,971,244.00</b>

FUENTE: SECOFI, DIRECCION DE INFORMACIÓN DE COMERCIO EXTERIOR

\* NOTA: LA INDUSTRIA TEXTIL SE TOMO COMO UNA SOLA PARTIDA, AUNQUE EN REALIDAD ESTA FORMADA POR ESTOS TRES CAPÍTULOS.

CAPITULO	TEXTO	EXPORTACION	IMPORTACION	SALDO
		VA ENE-DIC	VA ENE-DIC	VA ENE-DIC
61	Prendas y complementos de vestir, de	146,420,205.00	36,885,035.00	109,535,170.00
62	Prendas y complementos de vestir excep	397,067,235.00	163,288,514.00	233,778,721.00
63	Los demás artículos textiles de confeccio	13,467,559.00	1,747,594.00	11,719,965.00

# TABLA 13

## BALANZA COMERCIAL DE PUEBLA 1998 LOS 5 PRINCIPALES SECTORES, POR SU PARTICIPACIÓN EN EL SALDO DE LA BALANZA ESTATAL (DÓLARES)

CAPITULO	TEXTO	EXPORTACIÓN	IMPORTACIÓN	SALDO
		VA ENE-DIC	VA ENE-DIC	VA ENE-DIC
87	Vehiculos automoviles, tractores	1,692,676,275.00	445,177,828.00	1,247,498,447.00
*	Industria Textil	230,162,747.00	95,329,381.00	134,833,366.00
94	Muebles, mobiliario medico	44,886,589.50	1,823,413.20	43,063,176.30
9	Café, te yerba mate y especias	11,185,149.00	841,686.00	10,343,463.00
10	Azucares y artículos de confiteria	4,687,524.00	6,415.00	4,681,109.00
	<b>TOTAL</b>	<b>1,978,910,760.50</b>	<b>543,172,308.20</b>	<b>1,435,738,452.30</b>

FUENTE: SECOFI, DIRECCION DE INFORMACIÓN DE COMERCIO EXTERIOR

\* NOTA: LA INDUSTRIA TEXTIL SE TOMO COMO UNA SOLA PARTIDA, AUNQUE EN REALIDAD ESTA FORMADA POR ESTOS TRES CAPÍTULOS.

CAPITULO	TEXTO	EXPORTACIÓN	IMPORTACIÓN	SALDO
		VA ENE-DIC	VA ENE-DIC	VA ENE-DIC
61	Prendas y complementos de vestir, de	48,838,401.00	19,901,938.00	28,936,463.00
62	Prendas y complementos de vestir excep	172,759,592.00	74,543,751.00	98,215,841.00
63	Los demás artículos textiles de confeccio	8,564,754.00	883,692.00	7,681,062.00

## TABLA 14

### COMPARATIVO DEL PIB NACIONAL Y DEL ESTADO DE PUEBLA

ANO	PIB TOTAL NACIONAL	PIB PUEBLA	PIB PUEBLA/ PIB NACIONAL	LUGAR DEL ESTADO DE PUEBLA DE ACUERDO A SU CONTRIBUCION AL PIB NACIONAL
1980	4.2	0.10	2.4%	7°
1985	47.3	1.50	3.2%	7°
1990	390.4	12.10	3.1%	8°
1995	1,127.5	36.30	3.2%	7°
1996	2,322.30	71.90	3.1%	7°
1997	2,915.50	90.30	3.1%	8°
1998	3,501.2	109.04	3.2%	7°

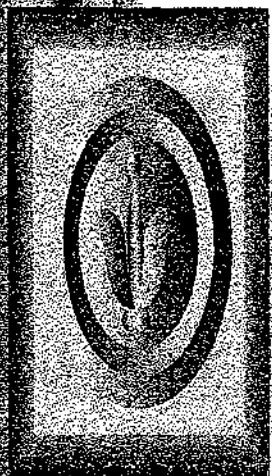
En la decada de los setenta, el estado de Puebla ocupaba el octavo lugar por su participacion economica, para fines de siglo, ocupara el sexto lugar .

FUENTE: Sistema de Cuentas Nacionales de México, 1998, INEGI, SECRETARIA DE FINANZAS PUEBLA

**TABLA 15****EMPRESAS EXPORTADORAS DE MUEBLES RÚSTICOS EN EL ESTADO DE PUEBLA**

<b>No.</b>	<b>EMPRESA</b>	<b>No. EMPLADOS</b>	<b>VENTAS (DLS)</b>	<b>LOCALIZACION</b>
1	ANTICO, SA DE CV	250	\$2,500,000.00	ZACAPOAXTLA, PUEBLA
2	ANTIGUEDADES CHAPIS	25	\$1,000,000.00	PUEBLA, PUEBLA
3	ANTIMEX, SA DE CV	50	\$50,000.00	SAN ANDRES CHOLULA, PUE.
4	ARTE POBLANO EN MUELES	50	\$1,000,000.00	CHOLULA, PUEBLA
5	ARTILUNA SA DE CV	55	\$5,500,000.00	PUEBLA, PUEBLA
6	BUCARE MUEBLES INTER.	25	\$250,000.00	SAN ANDRES CHOLULA, PUE.
7	CASA DE CAMPO SA DE CV	100	\$2,500,000.00	PUEBLA, PUEBLA
8	CASONA RÚSTICA SA DE CV	25	\$50,000.00	PUEBLA, PUEBLA
9	DYARTEMEX SA DE CV	25	\$1,000,000.00	PUEBLA, PUEBLA
10	FELIPE CASAS RODRIGUEZ	50	\$250,000.00	PUEBLA, PUEBLA
11	GALERIA JOL SA DE CV	250	\$1,000,000.00	PUEBLA, PUEBLA
12	GRUPO LASEROMO SA DE CV	25	\$500,000.00	PUEBLA, PUEBLA
13	HECHIZOS SA DE CV	25	\$250,000.00	PUEBLA, PUEBLA
14	INDUSTRIAS AMONOVA	50	\$50,000.00	AMOZOC, PUEBLA
15	KALLY FORJA Y RÚSTICOS	50	\$250,000.00	PUEBLA, PUEBLA
16	MUEBLES ARTESANALES J.L.	500	\$5,500,000.00	PUEBLA, PUEBLA
17	MUEBLES POUSA SA	50	\$1,000,000.00	CHIPILO, PUEBLA
18	MUEBLES RÚSTICOS DE LA SIERRA	250	\$1,000,000.00	TECALI DE HERRERA, PUEBLA
19	MUEBLES RÚSTICOS DE PUEBLA	250	\$250,000.00	PUEBLA, PUEBLA
20	MUEBLES RÚSTICOS PIAVE	25	\$50,000.00	PUEBLA, PUEBLA
21	MUEBLES RÚSTICOS SEGUSINO	1000	\$20,000,000.00	CHIPILO, PUEBLA
22	MUEBLES Y HERRERIA SA DE CV	25	\$1,000,000.00	PUEBLA, PUEBLA
23	MUEBLES RÚSTICOS Y FORJA	100	\$1,000,000.00	PUEBLA, PUEBLA
24	RÚSTICOS CHIPILO MUEBLES SA	1000	\$5,500,000.00	ATZOMPAN, PUEBLA
25	RÚSTICOS DON PORFIRIO S.R.L.	100	\$2,500,000.00	PUEBLA, PUEBLA
26	RÚSTICOS LA HACIENDA SA DE CV	100	\$1,000,000.00	PUEBLA, PUEBLA
27	RÚSTICOS LA JOYA SA DE CV	100	\$1,000,000.00	PUEBLA, PUEBLA
28	RÚSTICOS LOS ANGELES SA DE CV	25	\$250,000.00	PUEBLA, PUEBLA
29	RÚSTICOS SAN JOSE SA DE CV	50	\$1,000,000.00	PUEBLA, PUEBLA
30	RÚSTICOS SAN RAFAEL SA DE CV	50	\$1,000,000.00	PUEBLA, PUEBLA
31	RÚSTICOS STA. MARIA	50	\$20,000,000.00	SAN ANDRES CHOLULA, PUE.
32	SANTA FE RÚSTICOS SA DE CV	500	\$10,000,000.00	CHIPILO, PUEBLA

FUENTE: SECRETARIA DE COMERCIO Y FOMENTO INDUSTRIAL, REGISTRO SIEM Y DIEX

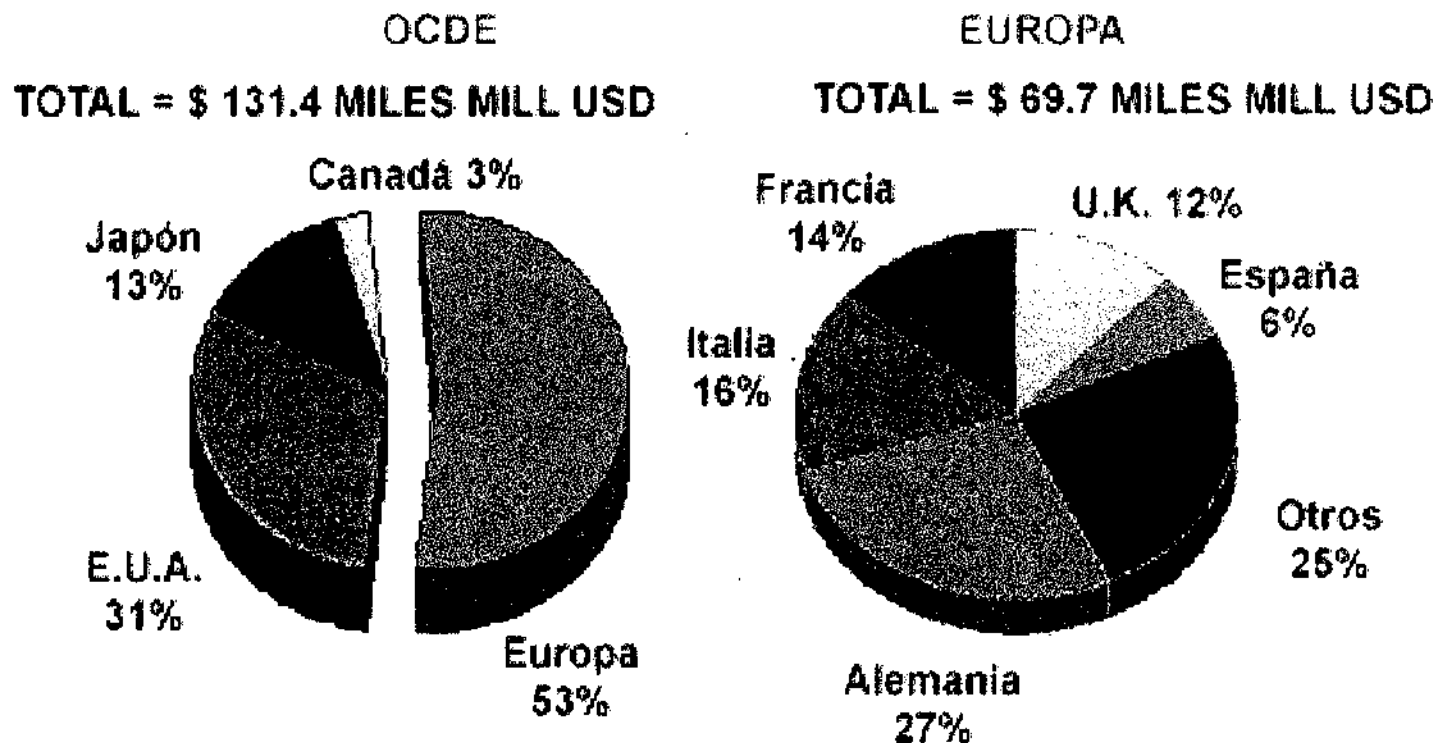


# GRAFICOS

**1994 - 1998 ...  
IMPORTANCIA DE LAS  
EXPORTACIONES DE MUEBLES  
RÚSTICOS EN LA ECONOMÍA DEL  
ESTADO DE PUEBLA**

# GRÁFICA 1

## CONSUMO DE LA OCDE



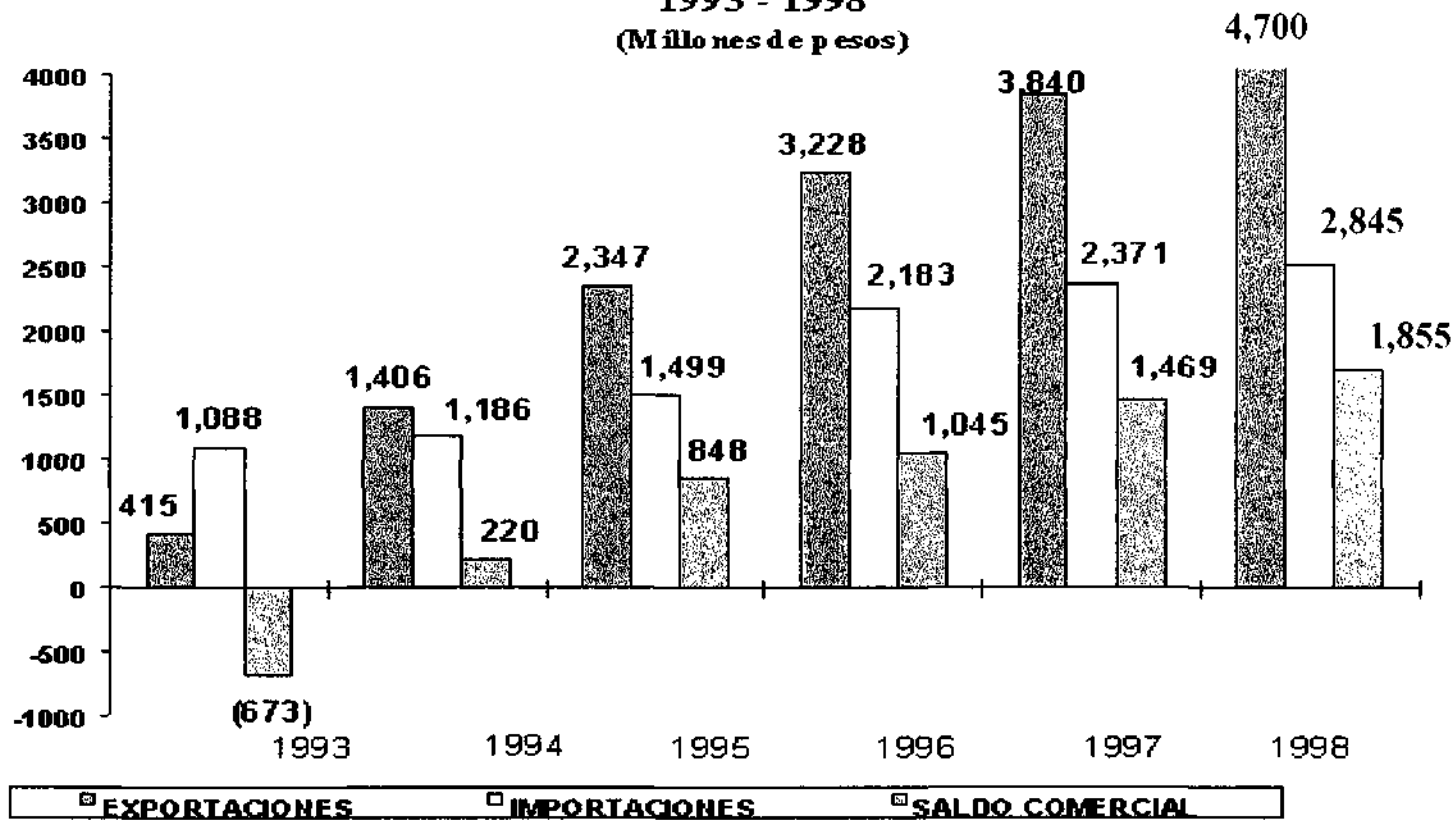
Fuente: ITC, INFOTEC, CANACINTRA, INT'L Financial Statistics Yearbook, datos a 1998

## GRÁFICA 2

### BALANZA COMERCIAL DEL ESTADO DE PUEBLA

1993 - 1998

(Millones de pesos)

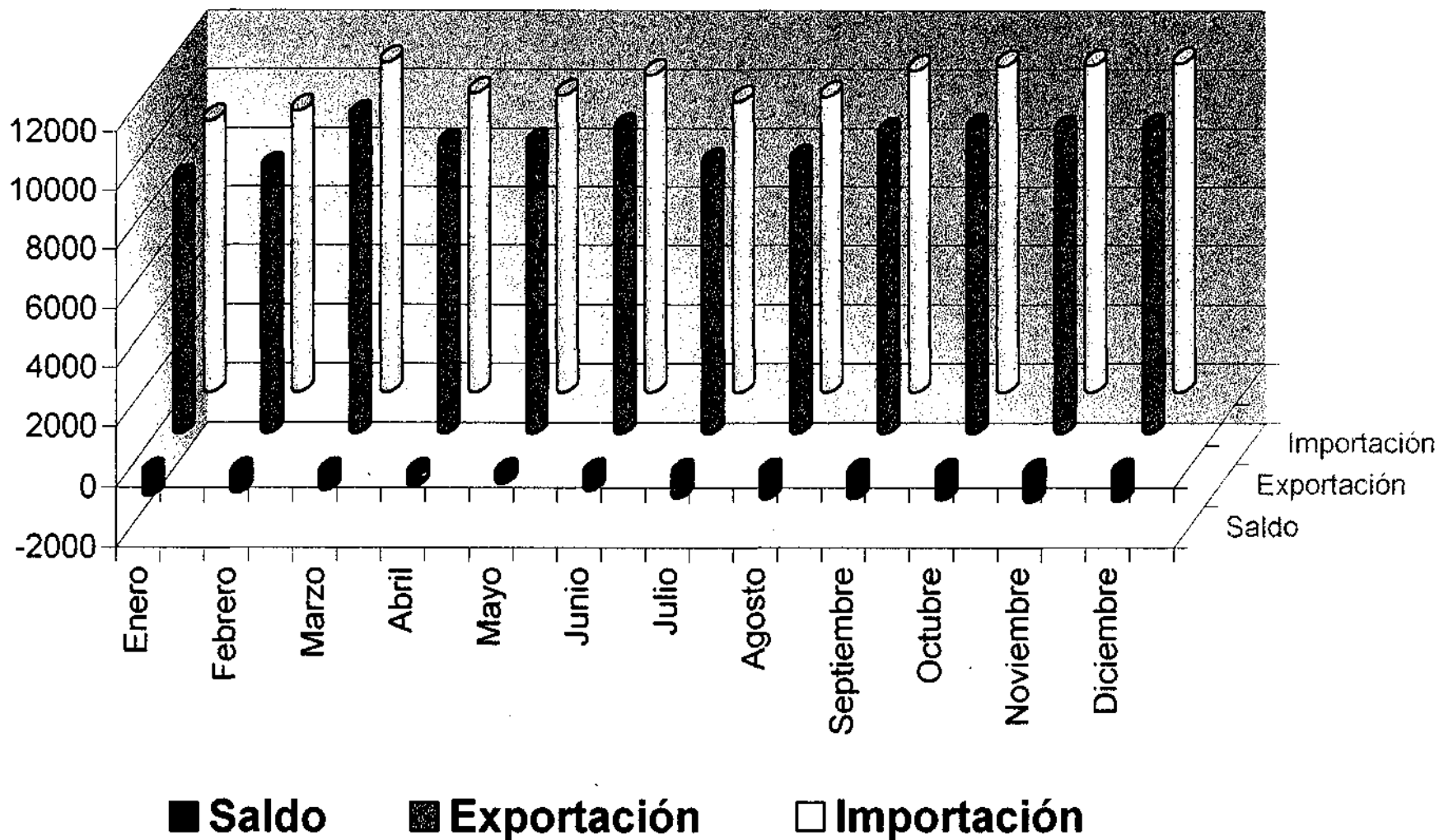


La balanza comercial presenta un superávit ascendente, motivado con el incremento en las exportaciones poblanas

FUENTE: SECRETARÍA DE DESARROLLO ECONÓMICO

**GRÁFICA 3**

**BALANZA COMERCIAL NACIONAL 1998**

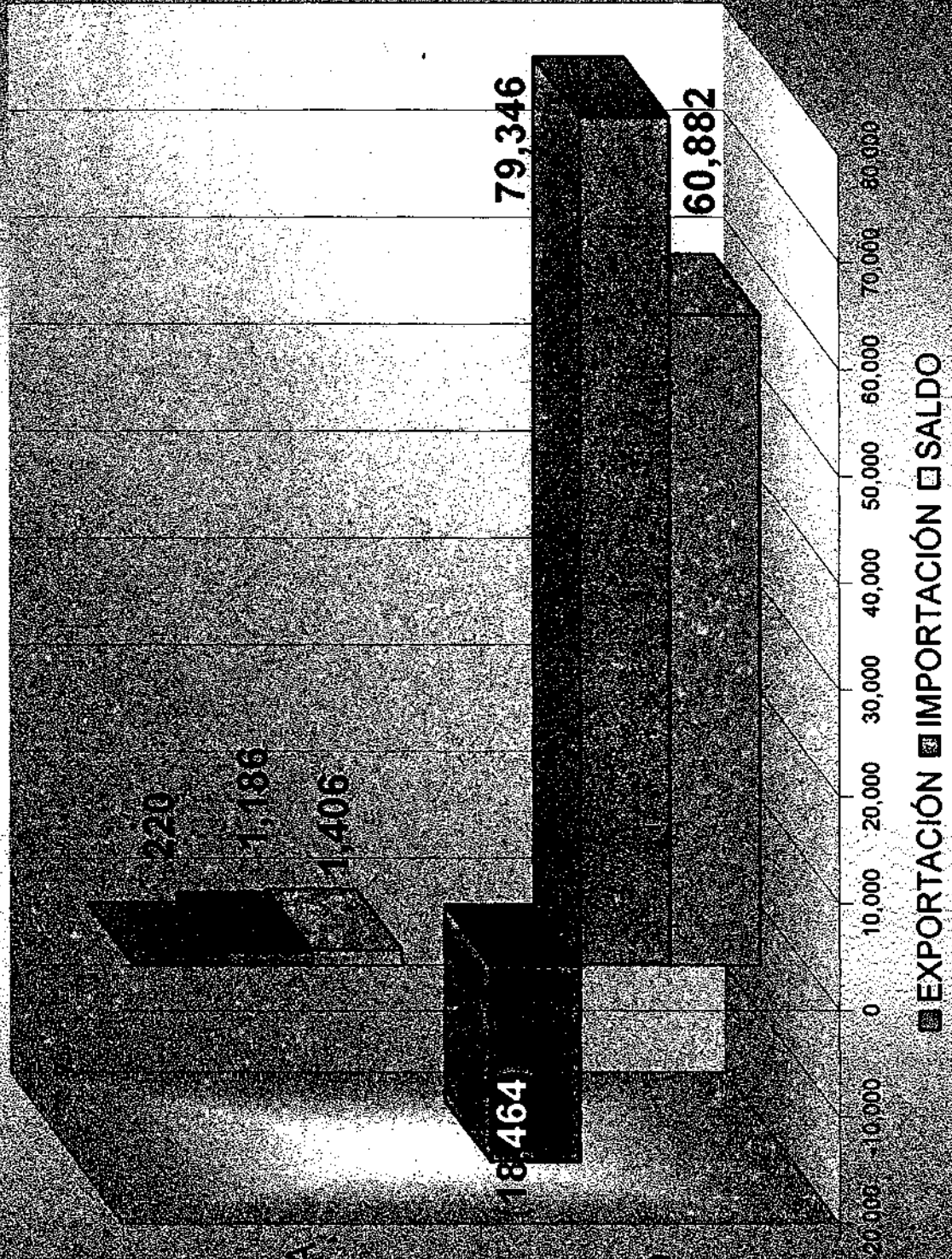


SALDO TOTAL -7,741 MILLONES DE DOLARES  
VER TABLA 9-A

Fuente: INEGI, Banco de México, SHCP, INTERNET Boletín de la Secretaría de Relaciones Exteriores de México, BANCOMEXT.

GRÁFICA 4

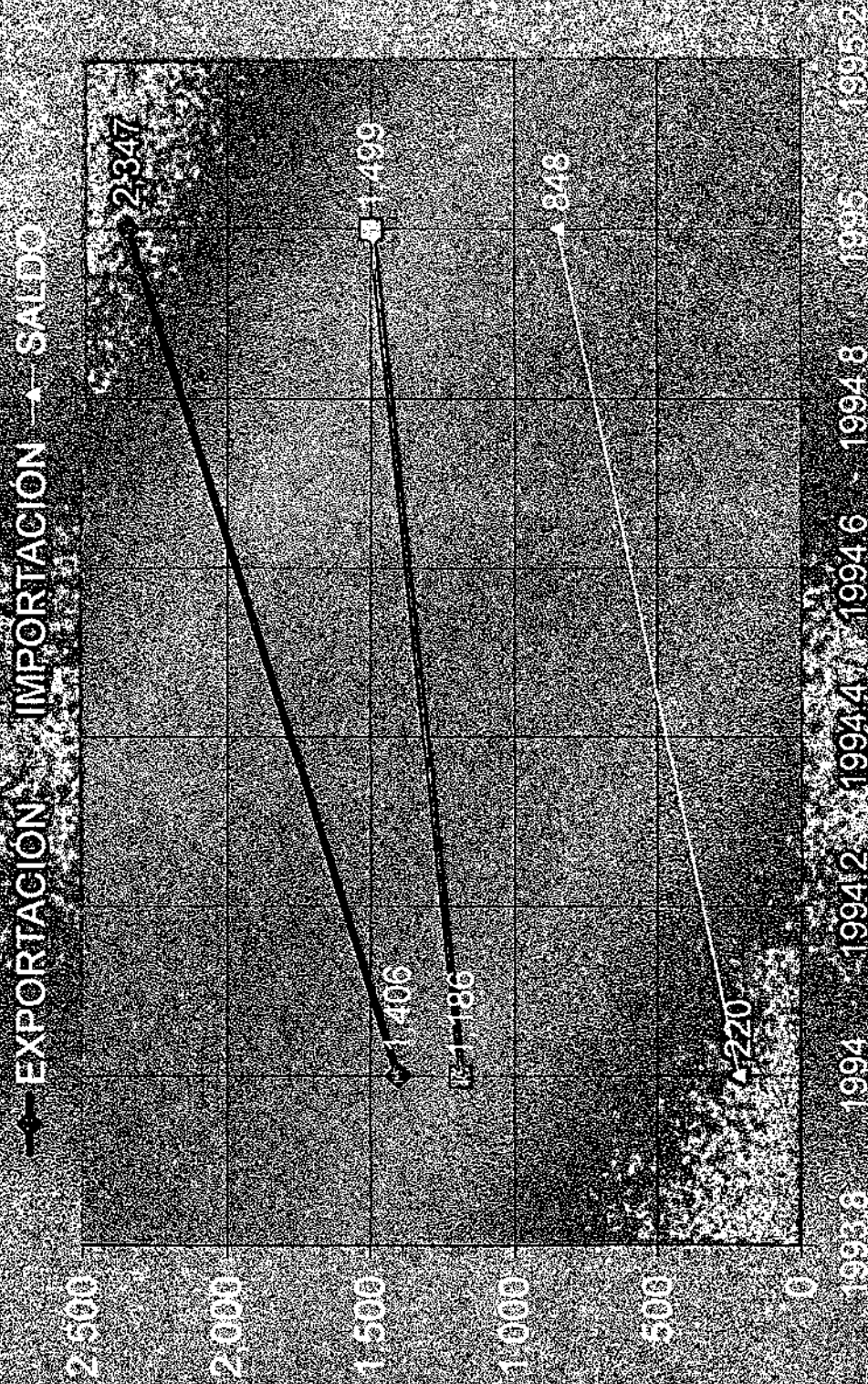
COMPARATIVO DEL SALDO NACIONAL CON EL ESTATAL 1994



FUENTE: SECRETARÍA DE DESARROLLO ECONOMICO

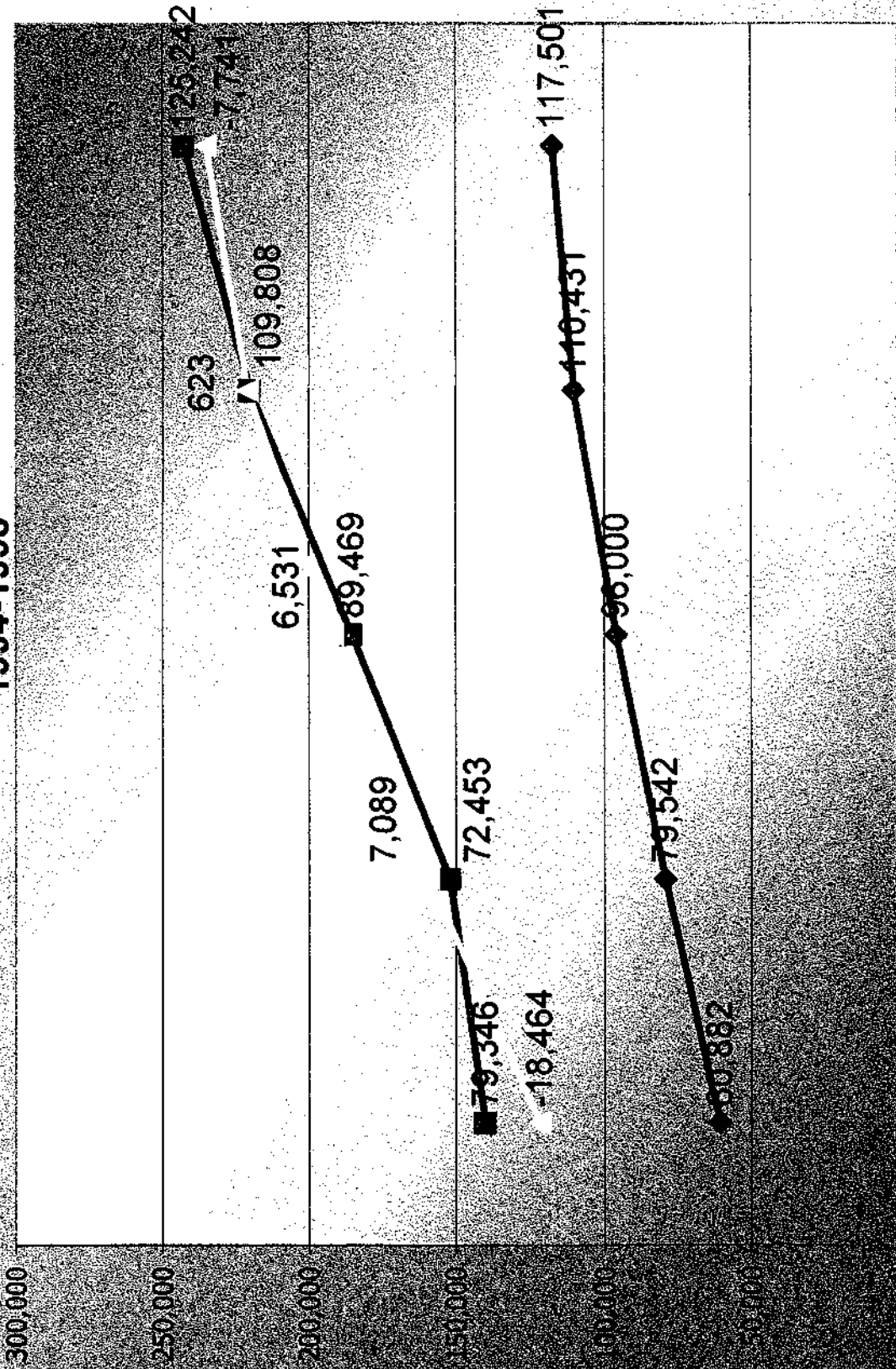
GRÁFICA 5

# VARIACION BALANZA ESTATAL 1994=1995



GRÁFICA 6

# VARIACION SALDO DE LA BALANZA COMERCIAL DE MEXICO 1994-1998



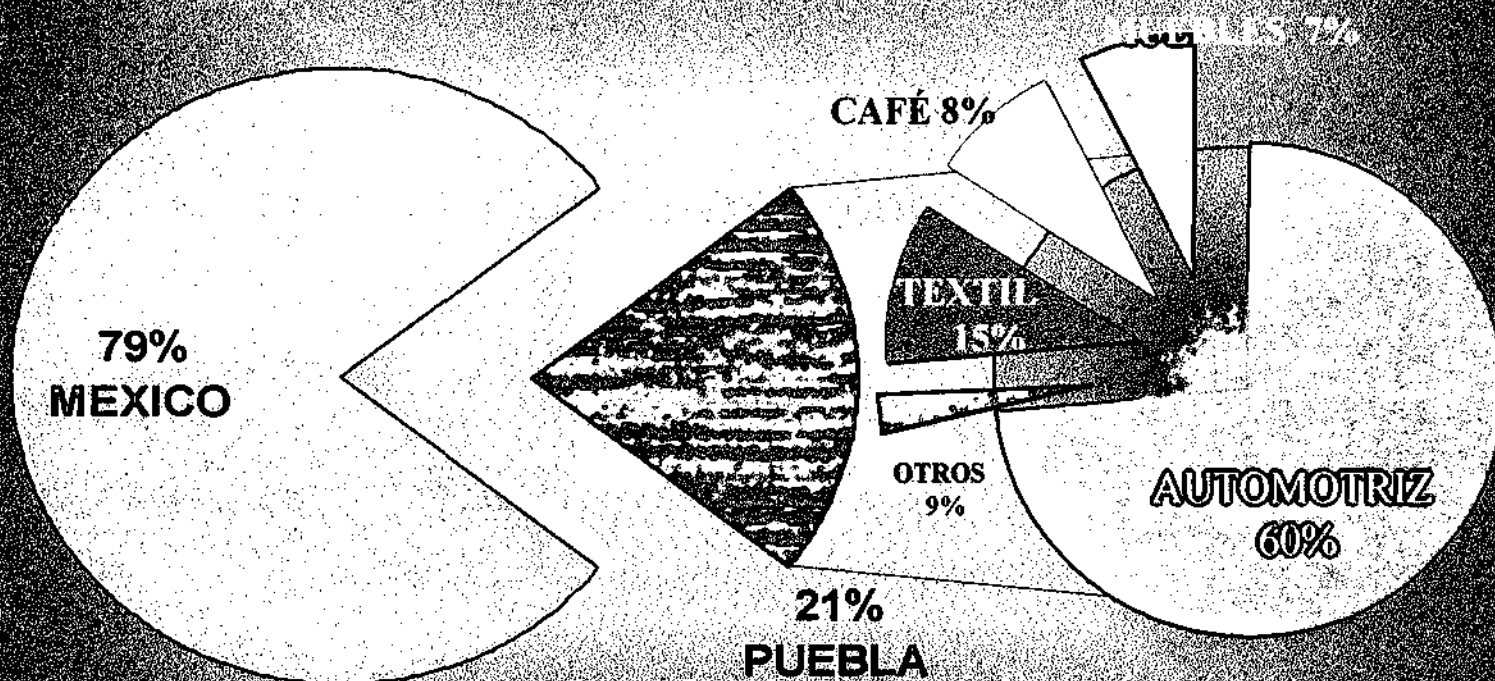
1994 1995 1996 1997 1998\*

EXPORTACION IMPORTACION SALDO

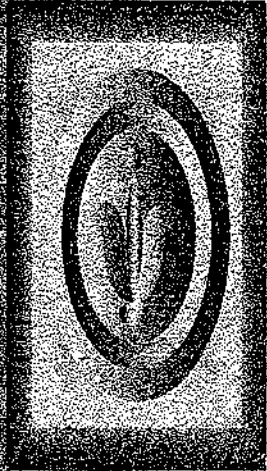
EL TEXNOLOGICO DE MEXICO

# GRÁFICA 7

## COMPARATIVO DEL SALDO PROMEDIO DE LA BALANZA COMERCIAL NACIONAL, ESTATAL Y SECTORIAL 1994-1998



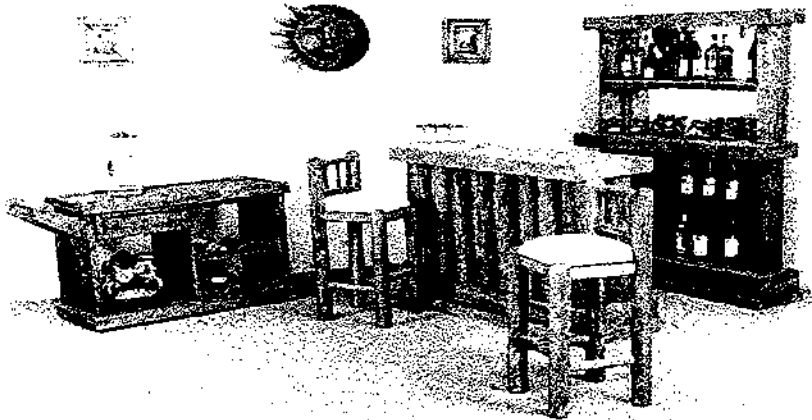
Gráfica tomada por los promedios del saldo de la balanza comercial para el periodo 1994-1998, los porcentajes equivalen única y exclusivamente al promedio de estos 5 años. La participación estatal por sector fue calculada de la misma forma.



# CATALOGOS

**1994 - 1998 ...  
IMPORTANCIA DE LAS  
EXPORTACIONES DE MUEBLES  
RÚSTICOS EN LA ECONOMÍA DEL  
ESTADO DE PUEBLA**

# CATALOGO



**Cantina tipo Tlaquepaque Mod. 123**  
**Edición Especial Clave Exportación: Ex-3212**



**Comedor estilo Revolución 1910 Mod. Varios**  
**Clave Exportación: 123-esp**

# CATALOGO



**Comedor Rústico con accesorios**  
**Modelos Varios Clave para Exportación 134**



**Sala Mexicana con Accesorios**  
**Clave Exportación 544 Varios Modelos**

# CATALOGO



**Accesorios para muebles rústicos, diferentes estilos. Modelos de Exportación**



**Recamara tipo Carranza Modelo 23  
Clave de Exportación 12 esp.**

# BIBLIOGRAFIA

Banco Nacional de Comercio Exterior; Oportunidades de Negocios para la Industria del Mueble

Fundamentos de Economía; Karl E. Case Editorial Prentice Hall International

Gobierno del Estado de Puebla; Sexto Informe de Gobierno; Manuel Bartlett Díaz, 1999 Secretaría de Finanzas Puebla

Estadística para Administradores, Levin y Richard, Editorial Prentice Hall International

Dirección de la Mercadotecnia, Phillip Kotler, Editorial Prentice Hall International

Marketing Decisiones y Conceptos básicos. W.M. Pride/O. C. Ferrell

Guía Básica del Exportador 1998, Bancomext

Información Básica del Estado de Puebla 1998, Secretaria de Finanzas Puebla.

## BIBLIOGRAFIA ELECTRONICA

<http://mexico.businessline.gob.mx>

<http://www.pue.gob.mx>

<http://www.mexico-exports.gob.mx>

<http://www.secofi.gob.mx>

<http://www.shcp.gob.mx>

<http://www.presidencia.gob.mx>

<http://www.inegi.gob.mx>

<http://www.sfinanzas.pue.gob.mx>

<http://www.iso.com>

<http://www.cen.com>

<http://www.ec.com>

<http://www.infosel.com.mx>

<http://www.amiga.com/bcomercial/mexico>

<http://www.quicklink.com/embajadas>

<http://www.siem.gob.mx>

<http://www.cpware.com>

A grayscale, high-contrast image of a globe. The globe is centered and shows the outlines of continents and latitude/longitude lines. Overlaid on the globe are two lines of text in a bold, sans-serif font. The top line reads 'COMERCIO' and the bottom line reads 'INTERNACIONAL'. The text is white with a slight drop shadow, making it stand out against the textured background of the globe.

**COMERCIO**

**INTERNACIONAL**