

**EL COLEGIO DE LA FRONTERA NORTE**

**MAESTRIA EN ECONOMIA APLICADA**

**GENERACION 1992-1994**

**EL DESEMPEÑO DE LAS EMPRESAS  
MANUFACTURERAS ALTAMENTE EXPORTADORAS  
EN EL NORESTE DE MEXICO: EL CASO DE NUEVO LEON.**

**Tesis que para obtener el Grado de  
Maestro en Economía Aplicada  
presenta**

**SALVADOR GONZALEZ ANDRADE**

**COMITE DE EVALUACION**

**DIRECTOR DE TESIS: Dr. Ismael Aguilar Barajas  
LECTOR INTERNO: M.C. Roland Chanove  
LECTOR EXTERNO: Dr. Alejandro Jaime Flores Becerril**

**Tijuana, Baja California. Agosto de 1994**

## RECONOCIMIENTOS

Al gobierno del estado de Guanajuato, encabezado por el Lic. Carlos Medina Plascencia, por la beca otorgada para el adecuado aprovechamiento de los estudios de maestría.

Al M.C. Rafael Perez Abreu por sus valiosas sugerencias en la organización del material estadístico.

Al Lic. Blas Cota por sus adecuados comentarios en la redacción del presente documento.

Al Dr. Ismael Aguilar Barajas quien, a pesar de la distancia, brindó una adecuada orientación en la dirección del presente trabajo.

## **DEDICATORIA**

**A MIS PADRES: MARIA CONCEPCION Y SALVADOR**

**A MIS HERMANAS: ROSY, LETY, MARIA DE LOS ANGELES, JUANY Y MAGUI**

**A MI HERMANO: JESUS MARIA**

**A MI HIJA: GALIA ISABEL**

**A MI COMPAÑERA: ROCIO**

*(En particular, un agradecimiento por su apoyo en la captura de datos)*

**A TODOS ELLOS POR EL AMOR Y APOYO QUE ME BRINDAN**

## R E S U M E N

La creciente apertura comercial culminada en el Tratado de Libre Comercio, así como la estrategia de desarrollo fincada en la promoción de las exportaciones, plantean la necesidad de conocer la efectividad de los diversos instrumentos de fomento a las exportaciones impulsados en diferentes programas gubernamentales, como en el caso del Programa de empresas altamente exportadoras (ALTEX).

Particularmente, posee el mayor número de empresas inscritas en el programa ALTEX ya que cuenta con 136 de las 1080 registradas a nivel nacional (febrero de 1994, Secofi, México). Esta entidad cuenta con infraestructura productiva y tiene una ubicación estratégica por su relativa cercanía a diferentes ciudades importantes del sur de Estados Unidos. Este estado es cuna de empresas con amplia tradición exportadora.

A partir de la información obtenida de Secofi México, Secofi Nuevo León y de pláticas y entrevistas con diferentes funcionarios públicos, así como de un cuestionario aplicado a las grandes empresas ALTEX de Nuevo León, se analiza la vigencia y validez de los diferentes instrumentos de fomento a las exportaciones plasmados en la legislación que rige el fomento y operación de las empresas ALTEX, así como el efecto de las modificaciones del 17 mayo de 1991. A pesar de la importancia que representa el programa ALTEX en el desempeño exportador, éste trabajo plantea la necesidad de actualizar la legislación del mismo así como una aplicación efectiva de los diferentes instrumentos que contribuyan a la eliminación de los problemas que enfrentan los exportadores.

# INDICE

	Página
<b>0. INTRODUCCION</b> .....	1
Objetivos .....	3
Hipótesis .....	4
Metodología .....	4
<b>I. ANTECEDENTES</b> .....	8
Introducción .....	8
<b>I.1 DESARROLLO ECONOMICO Y FOMENTO INDUSTRIAL EN LOS         PLANES NACIONALES DE DESARROLLO</b> .....	9
El Plan Nacional de Desarrollo 1982-1988 .....	9
El Programa Nacional de Fomento Industrial y Comercio Exterior 1984-1988 .....	12
El Plan Nacional de Desarrollo 1989-1994 .....	17
El Programa Nacional de Modernización Industrial y del Comercio Exterior 1990 - 1994 .....	19
<b>I.2 PROGRAMAS DE FOMENTO A LAS EXPORTACIONES</b> .....	25
Programa de Importación Temporal para Producir Artículos de Exportación (PITEX) .....	26
Programa de Empresas de Comercio Exterior (ECEX) .....	27
Drawback .....	29
Apoyos administrativos de la Comisión Mixta para la Promoción de las Exportaciones (COMPEX) .....	31
<b>I.3 ESTUDIOS DE FOMENTO A LAS EXPORTACIONES</b> .....	33
<b>I.4 EL PROGRAMA DE LAS EMPRESAS ALTAMENTE EXPORTADORAS</b> ...	41
Antecedentes .....	41
Decretos de empresas ALTEX .....	42
Estadísticas sobre el programa ALTEX en el Noreste .....	45
Desempeño del programa ALTEX .....	48
Conclusiones .....	50
<b>II. ENTORNO ECONOMICO DE NUEVO LEON</b> .....	54
Introducción .....	54
<b>II.1 PANORAMA GENERAL</b> .....	54
<b>II.2 DESARROLLO ECONOMICO</b> .....	56
Industria manufacturera .....	57
Comercio exterior .....	58
Inversion extranjera .....	60
Infraestructura para el crecimiento industrial .....	61

Los grupos industriales . . . . .	62
Conclusiones . . . . .	67
<b>III. METODOLOGIA . . . . .</b>	<b>69</b>
Introducción . . . . .	69
III.1 DISPONIBILIDAD DE INFORMACION . . . . .	69
III.2 ANALISIS MULTIVARIADO . . . . .	71
Técnica de analisis de clasificación . . . . .	72
III.4 DISEÑO DE CUESTIONARIO . . . . .	76
Conclusiones . . . . .	80
<b>IV. RESULTADOS . . . . .</b>	<b>82</b>
Introducción . . . . .	82
IV.1 COMERCIO EXTERIOR DE LAS EMPRESAS ALTEX DE NUEVO LEON . . . . .	82
IV.2 PERCEPCIONES EMPRESARIALES SOBRE EL PROGRAMA ALTEX . . . . .	107
Características generales de las empresas . . . . .	108
Percepciones sobre el programa ALTEX . . . . .	109
Conclusiones . . . . .	119
<b>V. CONCLUSIONES . . . . .</b>	<b>121</b>
<b>VI. BIBLIOGRAFIA . . . . .</b>	<b>129</b>
<b>VII. ANEXOS . . . . .</b>	<b>133</b>
A. CUESTIONARIO UNICO DE REGISTRO COMO EMPRESA ALTAMENTE EXPORTADORA.	
B. REPORTE DE OPERACIONES DE COMERCIO EXTERIOR PARA EMPRESAS ALTEX.	
C. CUESTIONARIO APLICADO A GRANDES EMPRESAS SELECCIONADAS.	

## O. INTRODUCCION

Desde mediados de la década de 1980 el gobierno mexicana ha venido instrumentando una mayor apertura comercial, en el marco de un modelo de desarrollo con una reiterada orientación hacia afuera. Central en esta estrategia ha sido es la promoción de las exportaciones no petroleras, como las manufactureras. Ello se refleja en que se han venido aplicando diferentes instrumentos de política de fomento a las exportaciones, los cuales en la actualidad han sido generalizados en mayor o menor medida a casi la totalidad de las empresas exportadoras.

En este sentido, se ha venido instrumentando desde 1986 un tratamiento preferencial para las empresas altamente exportadoras (ALTEX) las cuales gozan de varios apoyos oficiales exclusivos. En ese año se expidieron instrucciones presidenciales que sientan las bases de apoyo<sup>1</sup>. Posteriormente se ampliaron y reforzaron las disposiciones de apoyo, incluyendo a la totalidad de las exportaciones no petroleras (Decretos del 3 de mayo de 1990 y el 17 de mayo de 1991). La entrada de México al GATT, las crecientes presiones competitivas derivadas de la globalización económica y, más recientemente, la entrada en vigencia del Tratado de Libre Comercio (TLC), han venido exigiendo una gran coherencia en el diseño de la política pública orientada a la promoción de las exportaciones. Por otra parte, parece haber sólo una

---

<sup>1</sup>Para más detalles, consulte Vázquez Tercero, H. 1989. "Las empresas Altamente Exportadoras: Una experiencia mexicana". Comercio Internacional Banamex. Vol. 1, No. 3. Banco Nacional de México. Septiembre, pp. 26-29.

muy limitada evidencia de la efectividad del esquema ALTEX. Esto es particularmente importante si se considera que en los dos decretos ya aludidos, se plantea explícita y claramente que **"la política de comercio exterior requiere de constante actualización de los mecanismos de promoción a las exportaciones"**<sup>2</sup>. De hecho, las bases de datos consultados en SECOFI proporcionan información sobre aspectos generales de las empresas, pero no de variables clave para analizar la efectividad del Programa ALTEX (tales como el volumen de las exportaciones, el empleo, así como el incentivo utilizado). Por todo ello, los retos asociados con las actuales circunstancias económicas internacionales hacen importante analizar el desempeño de las empresas ALTEX vis a vis los propósitos y objetivos correspondientes, así como frente a los recursos asignados.

Por otro lado, Nuevo León constituye un caso muy ilustrativo para estudiar esta situación. Está enclavado en el Noreste de México, una de las regiones más dinámicas de la economía mexicana. Es una entidad con gran tradición exportadora y amplia experiencia en negocios con el exterior. Además, cifras preliminares (proporcionadas por SECOFI Nuevo León) ubican a la entidad como el número uno en cuanto al número de empresas ALTEX: de 1080 empresas registradas en el programa, 136 pertenecen al estado de Nuevo León (SECOFI, México. Febrero de 1994). Entre éstas se encuentran varias de las grandes corporaciones regiomontanas como Cigarrera la

---

<sup>2</sup>Decreto para el fomento y operación de las empresas altamente exportadoras, publicado en el *Diario Oficial de la Federación* el 3 mayo de 1990 p. 16.

Moderna, Vitro, Hylsa, etc, además de empresas medianas y pequeñas. La entidad tiene muchas otras razones que la hacen un interesante caso de estudio (por ejemplo: La pujanza económica observada en los últimos años; el Producto Interno Bruto estatal se estima en 323 mil 253 millones de pesos en 1992 a precios de 1980, con un crecimiento de 6.1% entre 1985 y 1990; la diversidad de estrategias llevadas a cabo por empresas de Monterrey, su adquisición de una buena parte de los activos bancarios, etc.). Todo esto permite evaluar el desempeño del Programa ALTEX en una entidad en particular, cuyas características y lecciones pueden resultar interesantes para el gobierno federal, para otros estados, y para las empresas en cuestión.

El **OBJETIVO GENERAL** planteado en el presente trabajo es el siguiente: Estudiar el desempeño exportador de las empresas ALTEX vis a vis los propósitos y objetivos correspondientes así como los instrumentos utilizados en el estado de Nuevo León.

#### **OBJETIVOS PARTICULARES:**

- 1) Estudiar la percepción del programa ALTEX por parte de empresarios y funcionarios involucrados en este programa.
- 2) Analizar la importancia de los apoyos ALTEX en el desempeño exportador de las empresas.
- 3) Evaluar el impacto de alguno(s) de los apoyo(s) en el desempeño exportador de las empresas.
- 4) Señalar las principales bondades y limitaciones del esquema ALTEX, de tal suerte

que los hallazgos puedan ser incorporados en la toma de decisiones de los agentes involucrados.

**HIPOTESIS:**

El Programa ALTEX ha servido de apoyo limitado para la promoción de las exportaciones manufactureras de Nuevo León, no obstante la importancia y variedad de los apoyos oficiales existentes.

**METODOLOGIA:**

En la realización del presente trabajo se consultaron fuentes de información secundaria sobre las empresas ALTEX que ha venido apareciendo en diversas revistas económico-financieras mexicanas: Comercio Exterior, Examen de la situación Económica de México, Frontera Norte, Expansión, Ciclos, etc.

En segundo lugar, se consultó información oficial de la SECOFI, BANCOMEXT, decretos publicados en el Diario Oficial y otras dependencias con ingerencia en el funcionamiento de las empresas en estudio (como CONACEX, SHCP, SEMIP, SCT, etc.)

En tercer lugar, la información recabada en los dos apartados anteriores se complementó con información, vía cuestionarios, de una muestra de las grandes empresas ALTEX.

## Técnicas e instrumentos para el análisis

En la evaluación de los programas de fomento a las exportaciones pueden emplearse diversos métodos analíticos. Cada método presenta ventajas y limitaciones. Así por ejemplo, la aplicación de un modelo sencillo de regresión lineal múltiple, el cual defina, por ejemplo, la causalidad del desempeño exportador (medido por incremento en las exportaciones) con los incentivos gubernamentales de fomento a las exportaciones recibidos (medidos por los montos en las devoluciones del IVA, por ejemplo, y con respuestas cualitativas al uso de otros apoyos), el índice de tipo de cambio real, el financiamiento a las exportaciones y, además, con la productividad del trabajo (medida por el número de empleos divididos por el capital social de la empresa). Este método implica, entre otras, las siguientes limitaciones:

Información disponible. En lo referente a la devolución de impuestos a la importación y la exención del IVA, la información publicada no permite analizar su desempeño.

Los instrumentos a evaluar. Los instrumentos de apoyo a las empresas ALTEX, por ejemplo las medidas administrativas para reducir los trámites a la exportación, son de difícil cuantificación (Peñaloza Webb, Ricardo y Voljc, Marco. 1989).

Los elementos anteriores plantean la necesidad de emplear un método diferente. El método de evaluación y análisis del programa ALTEX empleado es la aplicación de algunas herramientas de análisis multivariado y de estadística descriptiva, las cuales permitirán, más que la determinación del efecto de los instrumentos ALTEX en el

fomento en las exportaciones, la formulación de una serie de hipótesis en torno a los objetivos planteados, así como al efecto del programa ALTEX en la estructura de las exportaciones, al tipo de empresas que aprovecharon más adecuadamente el programa, entre otros. En este mismo sentido se diseña un cuestionario para, en función de las percepciones empresariales, complementar la información para redondear algunas de las interrogantes obtenidas del análisis estadístico de la información recabada en Secofi.

El presente trabajo inicia con una exposición del desarrollo económico y fomento industrial que ha tenido México en los últimos años; los objetivos y metas de comercio exterior de los planes nacionales de desarrollo (1983-88 y 1989-94) que se formulan en diferentes programas de fomento a las exportaciones, la descripción de algunos de los programas más importantes llevados a cabo en ese periodo. En el capítulo dos se describe el panorama del entorno económico de Nuevo León; el desarrollo económico, su estructura económica, el comercio exterior, los grupos industriales, entre otros. El capítulo tres contiene la revisión de la metodología de análisis aplicada en el estudio; se plantea la información disponible en torno al programa ALTEX; algunos elementos de la técnica del Análisis de Cluster, y el diseño de un cuestionario. Los resultados del presente trabajo se presentan en el capítulo cuatro, el cual comprende dos apartados: El comercio exterior de las empresas ALTEX y las percepciones empresariales sobre el programa ALTEX. En el capítulo cinco se plantean las conclusiones a las que hemos arribado con el presente documento: Existe

un elevado nivel de desconocimiento de la vigencia de los instrumentos ALTEX tanto de funcionarios públicos como de empresarios; En el desempeño exportador de las empresas el programa ALTEX se cataloga como importante: De los instrumentos de fomento a las exportaciones las importantes vía los Pitex es el que mejor se ha cumplido, mientras que el apoyo exclusivo de las empresas inscritas en el programa ALTEX: Devolución inmediata del saldo a favor del IVA se ha cumplido entre un 80-100% en opinión de una tercera parte de la muestra y para otra tercera se ha logrado entre un cero y un 20%; La legislación que rige el funcionamiento de las empresas ALTEX requiere de una actualización, así como de una aplicación efectiva de sus instrumentos.

# I. ANTECEDENTES

## Introducción

Este capítulo analiza el lugar que ocupa las políticas de fomento a las exportaciones en los planes y programas de desarrollo económico. El modelo de desarrollo económico seguido en México en la última década es del tipo de lo que algunos autores llaman de orientación hacia afuera. En este sentido destaca el fuerte impulso a las exportaciones que otorgan el Plan Nacional de Desarrollo 1983-1988, y el Plan Nacional de Desarrollo 1989-1994, considerando a las exportaciones como eje del crecimiento y desarrollo económico.

En este contexto, en los programas de mediano plazo como el Programa Nacional de Fomento Industrial y Comercio Exterior (PRONAFICE) 1984-1988 y el Programa Nacional de Modernización Industrial y del Comercio Exterior (PRONAMICE) 1990-1994, se establecen las bases de una serie de programas específicos encaminados a fomentar y desarrollar la oferta exportable de México. Entre algunos de esos programas se encuentran los Programas de importación temporal para producir artículos de exportación (PITEX), Programa de empresas de comercio exterior (ECEX), Programa de devolución de impuestos a los exportadores (DRAWBACK), Comisión mixta para la promoción de las exportaciones (COMPEX), Programa de empresas altamente exportadoras (ALTEX), etc.

Este apartado incluye, además, algunos estudios sobre el fomento a las exportaciones, es preocupante la escasez de trabajos sobre el programa ALTEX, y particularmente cuando algunos de sus instrumentos planteados en la legislación que rige este programa no se llevan a cabo.

## I.1 DESARROLLO ECONOMICO Y FOMENTO INDUSTRIAL EN LOS PLANES NACIONALES DE DESARROLLO

En los Planes Nacionales de Desarrollo 1982-88 y 1989-94 se plantea la política económica a seguir y, más específicamente, la parte de interés para nuestro estudio, a partir de un análisis de la situación económica de las empresas exportadoras, estos planes plantean una serie de políticas orientadas, entre otros fines, a eliminar los problemas administrativos y económicos que enfrentan los exportadores.

### **El Plan Nacional de Desarrollo 1982-1988**

El Plan Nacional de Desarrollo (PND) plantea cuatro objetivos: (1) Conservar y fortalecer las instituciones democráticas; (2) vencer la crisis; (3) recuperar la capacidad de crecimiento; e (4) iniciar los cambios cualitativos que requiere el país en sus estructuras económicas, políticas y sociales. El objetivo número tres, entre otras metas, persigue fortalecer el mercado interno y dinamizar y diversificar el intercambio

con el exterior, además de sustituir eficientemente las importaciones.

Para la consecución de estos propósitos, la estrategia para el desarrollo económico y social orientada a recobrar la capacidad de crecimiento y mejorar la calidad de desarrollo, es a través de dos líneas fundamentales de acción: la reordenación económica y el cambio estructural. La primera tiene básicamente tres propósitos: abatir la inflación y la inestabilidad cambiaria; proteger el empleo, la planta productiva y el consumo básico; y recuperar el dinamismo del crecimiento sobre bases diferentes. La segunda, el cambio estructural, se precisa en seis orientaciones generales: resaltar los aspectos sociales y distributivos del crecimiento; reorientar y modernizar el aparato productivo; descentralizar las actividades productivas y el bienestar social; adecuar las modalidades de financiamiento a las prioridades del desarrollo; preservar, movilizar y proyectar el potencial del desarrollo nacional; fortalecer la rectoría del Estado, impulsar el sector social y alentar el sector privado.

Una de las orientaciones de la línea de acción de cambio estructural planteada en el PND es reorientar y modernizar el aparato productivo y distributivo. Esta estrategia plantea políticas diferenciales por sectores para atenuar progresivamente las diferencias correspondientes.

La estrategia de cambio estructural del aparato industrial se sintetiza en cinco criterios generales:

- Aumentar la oferta de bienes y servicios básicos.
- Incrementar el grado de integración intra e intrasectorial mediante el desarrollo

selectivo de bienes de capital.

- Vincular la oferta industrial con el exterior, impulsando la sustitución eficiente de importaciones y la promoción de exportaciones diversificadas.
- Adaptar y desarrollar tecnologías y ampliar la capacitación para impulsar la producción y productividad.
- Aprovechar eficientemente la participación directa del estado en áreas prioritarias y estratégicas para reorientar y fortalecer la industria nacional.

Específicamente, el fomento a las exportaciones se plantea de manera permanente, evitando subordinarla a la disponibilidad de excedentes internos de la producción. Considerando, además, un comercio mundial proteccionista y previendo la agudización de la competencia internacional, el fomento a las exportaciones se orientó en dos direcciones: Hacia sectores con ventajas comparativas reales de largo plazo no sujetas a estrategias de localización controlada por el exterior, vía la tecnología o del mercado; y hacia los sectores donde la política de sustitución de importaciones sea ineficiente, por las limitadas economías de escala que permite el mercado interno. Esa estrategia buscó además de consolidar la posición del país en el comercio exterior, aumentar la importancia relativa y el grado de diversificación de las exportaciones.

De la estrategia de desarrollo económico se desprenden los lineamientos de política que se refieren a sectores específicos, entre los cuales se encuentra el de

desarrollo industrial y comercio exterior. En ese programa se plantean más específicamente las políticas a implementar en torno al fomento de las exportaciones.

### **El Programa Nacional de Fomento Industrial y Comercio Exterior 1984-1988**

El programa ALTEX tiene las bases de su origen en el Plan Nacional de Desarrollo 1983-1988 y, más específicamente, en el Programa Nacional de Fomento Industrial y Comercio Exterior 1984-1988. Los objetivos de este programa sectorial de mediano plazo fueron: Desarrollar la oferta de bienes básicos; fortalecer selectivamente la industria de bienes de capital para incrementar el grado de integración de la producción nacional; vincular la oferta industrial con el exterior, impulsando las ramas con capacidad de generación neta de divisas; crear una base tecnológica propia, y una industria privada, social y paraestatal eficiente y competitiva. "El propósito fundamental de este Programa es promover una dinámica tal de desarrollo que permita que México se consolide como potencia industrial intermedia hacia fines de siglo." (SPP, 1985. Tomo 12. p. 174). Algunos de los aspectos en los cuales se desea "avanzar" son que el desarrollo industrial sea más eficiente y competitivo y que el crecimiento sea autosostenido y reduzca la vulnerabilidad externa, conformando un sector industrial integrado hacia adentro, articulado con la economía nacional y más competitivo con el exterior, en donde una de las orientaciones fundamentales fue conformar un nuevo patrón de especialización del comercio exterior.

La estrategia industrial a seguir obligaba a apoyar el crecimiento industrial en los sectores industriales endógeno y exportador en su conjunto, en la medida en que eran los que requerían menores componentes importados y generaban más divisas.

Más adelante expresaba:

La estrategia rechaza el equivocado dilema entre crecimiento hacia adentro, a través de la sustitución de importaciones, o crecimiento hacia afuera mediante el impulso a exportaciones. Al fortalecer los sectores endógeno y exportador mediante la sustitución selectiva de importaciones, se persigue un desarrollo integral del sector industrial en estrecha vinculación con el comercio exterior. (SPP, op. cit., p. 230).

Para disminuir la vulnerabilidad externa, todas las actividades de exportación, en particular las ramas del Sector Industrial Exportador que generan mayor proporción neta de divisas, "tendrán primera prioridad. Se buscará incrementar los niveles de rentabilidad de esas ramas, de tal forma que atraigan un mayor monto de inversiones y logren acelerar su dinamismo." (SPP, op. cit., p. 231).

Para la consecución de las metas y objetivos del PRONAFICE 1984-89 se formuló una serie de políticas orientadas hacia la protección y el fomento del comercio exterior.

### **Políticas de Protección y Fomento al Comercio Exterior**

En el marco del Plan Nacional de Desarrollo 1982-1988 se señala que el

objetivo central del comercio exterior del país sería el de equilibrar, ampliar y diversificar las relaciones comerciales sobre la base del fomento permanente a las exportaciones de productos no petroleros y de sustitución selectiva y eficiente de importaciones de bienes intermedios y de capital. Para la consecución de estos objetivos se establecieron cuatro políticas con incidencia directa en el comercio exterior:

#### Política de Racionalización de la Protección

Esta política perseguía asegurar el mercado interno para la producción nacional sin reducir el nivel de eficiencia de la misma y utilizar el presupuesto de divisas como un poderoso instrumento. Esta política desecha el dilema de proteccionismo absoluto o liberalismo a ultranza y se orienta a racionalizar la protección para favorecer la sustitución eficiente de importaciones y fomentar las exportaciones.

La implantación de la política de protección respaldaría diferencialmente a las ramas de actividades económicas según las tres categorías definidas en este programa: Ramas endógenas (en las que se aplicaría una reducción gradual y programada en sus niveles de protección y se utilizaría el arancel como principal instrumento), ramas exportadoras (en las que se eliminaría el sesgo antiexportador, para lo cual se suprimiría el requisito de permiso previo de importación para las materias primas que no se producían en el país en 1984, y para las de producción nacional potencialmente competitivas a partir de 1985, en el entendido de que desde

1983 ha quedado liberada la importación temporal de insumos para los productos de exportación), y ramas sustitutivas de importaciones (respecto de las que se seguiría una política de protección mediante controles cuantitativos temporales, cuando así conviniera). En este sentido, se determinaría la política de protección en los estudios por rama, a elaborarse en consulta con los productores en la Subcomisión de Racionalización de la Protección.

### Política de Fomento a las Exportaciones

Este instrumento pretendía incrementar de manera sostenida la generación neta de divisas y consolidar un sector manufacturero. El imperativo de captar divisas, el creciente neoproteccionismo de los países desarrollados y los agotados expedientes de deuda externa y petróleo hacían necesario consolidar un sector exportador selectivo y dinámico que, además de ser generador neto de divisas, presentase ventajas comparativas reales y potenciales, y fuera competitivo, con alta capacidad de penetración y permanencia en los mercados externos.

En términos generales, las medidas fundamentales de apoyo a la exportación no petrolera serían un tipo de cambio realista, financiamiento competitivo internacionalmente y un régimen de liberación de las importaciones temporales para exportar; al mismo tiempo se simplificarían y descentralizarían los trámites de comercio exterior para liberalizar y agilizar las exportaciones.

### Política de Franjas Fronterizas y Zonas Libres

Con esta política se buscaría la diversificación económica de las zonas fronterizas y contribuir al desarrollo regional. Con la finalidad de promover la industria nacional y el comercio exterior en las franjas fronterizas y zonas libres, se planteó, en materia de desarrollo industrial, que las ciudades de Tijuana, Mexicali, Ciudad Juárez, Piedras Negras, Nuevo Laredo, Reynosa, Río Bravo, Matamoros, Tapachula y Chetumal, así como el corredor industrial Sabinas-Ciudad Anáhuac, serían consideradas centros motrices de exportación, razón por la cual se propuso dotar de la infraestructura necesaria para lograr este objetivo.

En forma adicional se promovía su adecuada comunicación con los centros motrices de impulso industrial selectivo ubicados en: Hermosillo, Chihuahua, Saltillo y Linares, a fin de que ellos complementaron la oferta para el consumo de la población fronteriza y apoyasen a las industrias de exportación que se establecieran en las ciudades fronterizas.

### Política de Negociaciones Comerciales Internacionales

Esta política permitiría contar con elementos legales y operativos, incluyendo las formas no convencionales de comercio exterior, que impulsan el desarrollo nacional. Para contrarrestar el efecto del neoproteccionismo de las naciones industrializadas sobre las exportaciones no petroleras mexicanas, se utilizarían las negociaciones y los acuerdos comerciales internacionales para buscar apertura,

penetración y permanencia de las ventas externas, sobre todo de manufacturas, en mercados tradicionales y nuevos. Las negociaciones comerciales internacionales se conciben bajo un enfoque económico integral que relaciona al comercio exterior con la transferencia de tecnología, la inversión extranjera directa e indirecta, el turismo, la subcontratación internacional y el transporte.

Muchas de las políticas de fomento a las exportaciones plasmadas en el PRONAFICE 1984-89 se retoman en el PRONAMICE 1990-94, a través de medidas específicas que buscan eliminar los obstáculos de comercio exterior.

### **El Plan Nacional de Desarrollo 1989-1994**

Los cuatro objetivos fundamentales del PND 1989-1994 son: Soberanía, seguridad nacional y promoción de los intereses de México en el exterior; ampliación de la vida democrática; recuperación económica con estabilidad de precios; y, mejoramiento productivo del nivel de vida.

En lo que respecta a la política industrial y de comercio exterior, este PND plantea algunos lineamientos generales:

La política de industria y comercio exterior estará orientada a promover la modernización del aparato productivo. Simplificar al interior y negociar en el exterior nuestros productos junto con los exportadores será una línea de conducta gubernamental. Se concertarán con los exportadores medidas de promoción y aliento,

mediante reuniones frecuentes con ellos para analizar y proponer acciones, evaluar resultados y denunciar desviaciones, buscando dar solución inmediata a los asuntos planteados. (SHCP, 1992. Tomo 22. pp. 15-16).

Una de las estrategias para lograr la recuperación económica con estabilidad de precios es la modernización económica la cual, entre otras líneas de política, plantea:

...avanzar hacia una participación más eficiente de México en la economía mundial, con un mejor aprovechamiento de las ventajas relativas del aparato productivo nacional" y "actualizar las normas de regulación de la actividad productiva para desburocratizar y simplificar los trámites, propiciar el abatimiento de costos e incertidumbres, así como una mejor asignación de los recursos. (SHCP, op. cit., p. 98).

Concretamente, el sustento económico del programa ALTEX se encuentra en los objetivos de la política económica de comercio exterior, los cuales se plantean específicamente en el Plan Nacional de Desarrollo:

...La política de comercio exterior se llevará a cabo considerando los siguientes objetivos: fomentar las exportaciones no petroleras; alcanzar una mayor uniformidad en la protección efectiva a las distintas industrias; continuar con la eliminación de las distorsiones provenientes de las restricciones no arancelarias al comercio; garantizar el acceso de nuestras exportaciones a los mercados mundiales; y buscar que la inversión extranjera, la transferencia de tecnología y el acceso a los recursos externos contribuyan a los propósitos de la política comercial del país. (SHCP, op. cit., p. 116).

Todos esos lineamientos de política en torno al comercio exterior se especifican en el PRONAMICE 1990-94.

## **El Programa Nacional de Modernización Industrial y del Comercio**

### **Exterior 1990-1994**

Los objetivos generales de política económica planteados en el Plan Nacional de Desarrollo se desglosan y precisan en los programas sectoriales de mediano plazo, específicamente en el Programa Nacional de Modernización Industrial y del Comercio Exterior 1990-1994. Este programa plantea los siguientes objetivos: Propiciar el crecimiento de la industria nacional mediante el fortalecimiento de un sector exportador con altos niveles de competitividad; fijar las bases para un desarrollo industrial más equilibrado y que permita la adecuada utilización de los recursos productivos; promover y defender los intereses comerciales de México en el exterior; y fomentar la creación de empleos más productivos. En esos objetivos se resalta la importancia que la política de desarrollo otorga al comercio exterior.

### **Diagnóstico**

A partir de un análisis de la situación económica, por iniciativa del ejecutivo federal, se detectó que entre algunos de los problemas más importantes del comercio exterior destacan:

i) Desarrollo insuficiente de las empresas de comercio exterior

El reducido número de empresas de comercio exterior ha limitado la dinámica

de las exportaciones, al no contarse con entidades especializadas que promuevan exportaciones sobre la base de conocimiento de oportunidades, infraestructura (almacenes, transportes, etc.), aspectos regulatorios, apoyos y técnicas de comercialización.

Los países con mayor dinamismo comercial, como Japón, Corea del Sur y Brasil, canalizan en gran medida su crecimiento exportador a través de empresas de comercio exterior: Japón cerca del 80%; Corea del Sur 60% y Brasil más del 30%. México, en cambio canaliza sólo el siete por ciento de su comercio exterior a través de este tipo de empresas. Los requisitos para el reconocimiento y funcionamiento de las empresas de comercio exterior han inhibido su buen funcionamiento. El marco regulatorio dificulta el establecimiento de recintos fiscales para operaciones de consolidación y despacho de mercancías. Otras regulaciones impiden el surgimiento de una oferta consolidada de servicios de comercio exterior, incluyendo los de agencia aduanal, almacenes de depósito y servicios de transporte multimodal.

#### ii) Diferencias en las tasas de protección comercial

El procedimiento de permisos previos y su sustitución por aranceles en los últimos años, ha permitido otorgar a la planta productiva nacional una protección más transparente y general. Pero existen aún distorsiones derivadas de los diferentes niveles de protección comercial otorgados no sólo a los distintos sectores productivos, sino también a los eslabones de una misma cadena productiva.

iii) Existencia de prácticas desleales de comercio exterior

La importación de algunos productos a precios por debajo de su costo, así como de productos subsidiados, coloca a la industria nacional en una posición vulnerable. Otro problema común es la existencia de barreras arancelarias y, fundamentalmente, las no arancelarias a las cuales se enfrentan las exportaciones mexicanas.

iv) Obstáculos al comercio exterior

Una lección de las experiencias exitosas de crecimiento exportador es que las ventas externas, además de ser producto del esfuerzo de la empresa individual, son resultado de una política nacional para la promoción de exportaciones.

En México existen prácticamente todos los instrumentos de promoción aceptables bajo las legislaciones vigentes del comercio internacional. No obstante, en la práctica no ha habido una coordinación suficiente entre las dependencias y entidades públicas responsables.

La devolución del Impuesto al Valor Agregado y de otros impuestos indirectos a los productos de exportación no se hace en forma expédita y genera costos financieros a las empresas exportadoras.

En algunos casos, los programas financieros para la promoción de exportaciones no son canalizados adecuadamente y existen distorsiones en su asignación y

disponibilidad. La centralización de resoluciones administrativas y el exceso de trámites burocráticos constituyen un problema medular, ya que obstaculizan el funcionamiento y desarrollo de las actividades relacionadas con la importación y la exportación.

La falta de sistemas de información actualizados, así como de canales de difusión sobre las variables económicas y comerciales, ha impedido que el país aproveche plenamente los beneficios derivados de la apertura comercial. La internacionalización de la economía nacional requiere de flujos de información eficientes para que los agentes económicos conozcan las oportunidades que ofrecen el comercio exterior y la inversión.

Ante tales problemas, el ejecutivo federal plantea una serie de medidas para promocionar las exportaciones, entre las cuales se encuentran: Desarrollar una cultura exportadora basada en la calidad, prestigio y competitividad internacional de los productos nacionales. La segunda acción consistió en concertar y coordinar acciones de promoción de exportaciones entre el sector público, estatal y federal, y representantes del sector social y privado. Con este fin se creó la Comisión Mixta para la Promoción de Exportaciones (COMPEX) el 27 de julio de 1989. Además se buscó dar seguimiento a las resoluciones tomadas en el seno de la COMPEX, y divulgar entre los exportadores las posibilidades de este organismo para resolver las trabas a las exportaciones. La tercera se refirió a la adecuación del marco jurídico de las Empresas

de Comercio Exterior para que estas fuesen un vehículo efectivo de expansión de las exportaciones.

La cuarta medida consistió en ampliar los apoyos institucionales a las empresas de comercio exterior; aumentar los recursos financieros a través del Programa de Apoyo Financiero establecido por el Banco Nacional de Comercio Exterior; permitir financiamientos con líneas de crédito directas vinculadas al monto de exportaciones, y extender a estas empresas el régimen de Impuesto al Valor Agregado a tasa cero. También se considera concertar programas con los exportadores para que los productos mexicanos cumplan con las especificaciones de calidad, para asegurar, de esta manera, la confianza de los compradores extranjeros.

La sexta medida estableció el Premio Nacional a la Exportación, con el fin de fomentar el volumen y la diversidad de los productos nacionales e inducir la diversificación de ventas al exterior.

La séptima medida se refiere a perfeccionar y ampliar los mecanismos de promoción de las exportaciones que garantizan al exportador mexicano igualdad de condiciones a las de sus competidores externos, sin violar las disposiciones internacionales. En este sentido se planteó perfeccionar los programas PITEX y ALTEX, así como adecuar los plazos de permanencia de las importaciones temporales, otorgar una mayor garantía de interés fiscal, agilizar los cambios de régimen de mercancía importada (de uno temporal a uno permanente), y simplificar la operación aduanal.

Otra acción fue concertar programas con instituciones de crédito nacionales y

extranjeras, para que canalizar recursos financieros a la producción y comercialización de bienes exportables. La novena medida se refiere a fomentar la participación de las empresas nacionales en el exterior a través de gastos promocionales compartidos, difusión de ferias y exposiciones nacionales e internacionales, consejerías comerciales, viajes de promoción y programas de capacitación.

Otra medida fue fortalecer la representación de la Subsecretaría de Comercio Exterior en los estados, descentralizando los trámites administrativos y modernizando los procedimientos operativos, a través de un sistema computarizado, para procurar mayor eficacia en la prestación de los servicios al comercio exterior.

La acción número once fue desconcentrar a las delegaciones federales de la SECOFI todos los servicios al comercio exterior, excepto los correspondientes a la exportación de tecnología y servicios, y la aplicación de impuestos compensatorios.

Asimismo, se estableció que en todas las oficinas de la SECOFI en el país, se instalase la Ventanilla Unica para dar atención a las empresas con programas de exportación registrados.

Las medidas trece y catorce se refieren a agilizar la expedición de los certificados de origen, para aprovechar las ventajas al comercio derivadas de la utilización de estos instrumentos, y a desarrollar y difundir un sistema integral de información de comercio exterior sobre el comercio exterior nacional (importaciones, exportaciones, restricciones arancelarias); sobre el comercio exterior de los principales socios comerciales (aranceles, restricciones cuantitativas y de carácter fitosanitario, Sistema Generalizado de Preferencias), y directorios de exportadores nacionales e

importadores del exterior, entre otros elementos.

Considerando los problemas de comercio exterior que enfrentan los exportadores y con el fin de eliminar o reducir esos problemas, la implementación de las medidas señaladas arriba se plasman en diferentes programas de fomento a las exportaciones. Es en este contexto donde se ubica la importancia de evaluar el diseño y funcionamiento del programa ALTEX.

## I.2 PROGRAMAS DE FOMENTO A LAS EXPORTACIONES

La política de fomento a las exportaciones planteada en el Plan de Desarrollo Nacional 1983-1988 y en el de 1989-1994 se materializa en toda una serie de programas tendientes al fomento, consolidación y desarrollo de la oferta exportable. Entre otros destacan los siguientes programas: Los PITEX, ECEX, DRAWBACK, COMPEX y ALTEX.

## **Programas de Importación Temporal para Producir Artículos de Exportación (PITEX)<sup>3</sup>**

PITEX es un mecanismo que permite a productores de mercancías destinadas a la exportación seleccionar libremente, entre proveedores nacionales y del extranjero, las mejores condiciones de abastecimiento, lo que a su vez propia concertar compromisos de exportación a largo plazo. Así la empresa al adoptar un Pitex, tiene seguridad para importar temporalmente, y con amplias facilidades aduaneras, los diversos bienes que requiera para su proceso productivo.

El programa da derecho a importar temporalmente insumos, maquinaria, equipo y bienes necesarios en el proceso productivo sin impuestos a la importación ni IVA y sin garantizar el interés fiscal.

### **Requisitos para obtener un Pitex**

a) Efectuar exportaciones cuando menos por el equivalente al 10% de sus ventas totales, o por un valor mínimo de 500 mil dólares anuales si se pretende importar materias primas, partes y componentes, envases empaques, combustibles, materiales auxiliares, refacciones, contenedores y cajas de trailers.

b) Realizar anualmente exportaciones por valor superior al 30% de sus ventas

---

<sup>3</sup>La normatividad de los PITEX se sustenta en el Decreto que establece programas de importación temporal para producir artículos de exportación, publicado en el Diario Oficial de la Federación del 3 de mayo de 1990. pp. 11-15.

totales, si se desea adquirir, además de lo anterior: Maquinaria, equipo, instrumentos, herramental, moldes, aparatos y otros equipos de informática, control de calidad y bienes relacionados con el proceso productivo.

El programa puede ser aprobado para amparar las operaciones totales de la empresa, de una planta o de un proyecto específico de exportación.

También se otorgan los incentivos correspondientes si la empresa se compromete a cubrir dichos requisitos en el primer año de operación.

c) La empresa debe presentar, además, la solicitud correspondiente acompañada de copia de las escrituras vigentes de la sociedad, las declaraciones del IVA y estados financieros del último ejercicio. Las personas físicas deben anexar la declaración del impuesto sobre la renta y la del valor agregado.

d) El Departamento de Programas de Importación Temporal analiza la solicitud y, dentro de un plazo de siete días hábiles, se aprueba el programa por 5 años prorrogables.

### **Programa de Empresas de Comercio Exterior (ECEX)<sup>4</sup>**

Las empresas de comercio exterior (ECEX) tienen como objeto primordial la promoción

---

<sup>4</sup>La normatividad de las ECEX se sustenta en el Decreto para regular el establecimiento de empresas de comercio exterior, publicado en el Diario Oficial de la Federación del 3 de mayo de 1990. pp. 15-16. Un antecedente de esta normatividad es el Decreto que establece el régimen de empresas de comercio exterior, publicado en el Diario Oficial de la Federación, 14 de mayo de 1986, pp. 20-22.

y comercialización integral de exportación de mercancías no petroleras. Deberán realizar:

- a) Actividades como las de integrar y consolidar oferta exportable.
- b) Identificar, promover e incrementar la demanda de mercancías mexicanas en el exterior.
- c) Establecer y desarrollar canales de comercialización internacional.
- d) Fomentar la integración de partes y componentes de proveedores nacionales a mercancías de exportación.
- e) Promover la exportación de mercancías de empresas medianas y pequeñas.
- f) Cualquier a otra actividad de comercio exterior.

#### Medidas de apoyo a las empresas Ecex

A estas empresas se les respalda con las siguientes medidas aceptadas en la práctica del comercio internacional:

- a) Apoyos promocionales y financieros por parte de Bancomext
- b) Tasa cero del IVA en compras de productos nacionales para exportación.
- c) Exención del impuesto Especial Sobre Producción y Servicios en la exportación de bienes sujetos a este gravamen.
- d) Servicio de información comercial gratuito.
- e) Obtención automática de la constancia de empresa altamente exportadora.
- g) Participación de las sociedades nacionales de crédito en el capital social de la empresa.

Para obtener el registro ante SECOFI, las empresas deben cumplir los requisitos y trámites siguientes:

1. Constituir a la empresa bajo la forma de sociedad anónima de capital variable.
2. Contar con un capital social fijo mínimo equivalente de 100 mil dólares Estados Unidos.
3. A partir del segundo año, realizar exportaciones anuales de mercancías por un importe mínimo de tres millones de dólares.
4. A partir del segundo año, registrar saldo superavitario en su balanza comercial.
5. Presentar en el Departamento de Atención al Público su solicitud a través del Formato Oficial que incluye la información básica de su programa de exportación.
6. El Departamento de Empresas de Comercio Exterior analiza la solicitud y extiende la Constancia de Registro dentro de un plazo de 10 días hábiles.

### **Drawback<sup>5</sup>**

Las empresas que incorporen mercancías destinadas al mercado externo, materias primas y otros insumos importados, podrán obtener la devolución de los impuestos pagados por dichas importaciones. La devolución se realiza en efectivo por un valor

---

<sup>5</sup>La normatividad de los Drawback se sustenta en el Decreto que establece la devolución de impuestos de importación a los exportadores, publicado en el Diario Oficial de la Federación del 24 de abril de 1985. pp. 2-3. Y en el Decreto que reforma el adverso, publicado en el Diario Oficial de la Federación del 29 de julio de 1987.

en pesos equivalente a la misma cantidad de dólares que se pagó por impuestos cuando se hizo la importación de los insumos.

Este beneficio también puede ser aprovechado por los exportadores indirectos, o sea, los proveedores del exportador final, de la industria maquiladora o de las empresas de comercio exterior registradas en Secofi.

#### Documentos comprobatorios para la devolución

Se pueden solicitar devoluciones que correspondan a las importaciones realizadas hasta un año antes de la presentación de la solicitud, comprobables mediante copia fotostática de los pedimientos de importación. Asimismo, debe presentar copia de los pedimientos de exportación y de los Compromisos de Venta de Divisas. El exportador indirecto debe presentar copia del pedimento de importación, copia de las facturas de ventas de las cartas de crédito domésticas<sup>6</sup>.

---

<sup>6</sup> El trámite de la solicitud es el siguiente: a) Recabar formato de solicitud No. 240-026 y su instructivo de llenado en el Departamento de Atención al Público o en las Delegaciones Coordinadoras Regionales de SECOFI. b) Presentar en dicho Departamento la solicitud dentro de los 60 días hábiles posteriores a la fecha de exportación, acompañada de los documentos comprobatorios antes indicados. Para el exportador indirecto dicho plazo cuenta a partir de la fecha de negociación de la carta de crédito doméstica o de la entrega o facturación de la mercancía al exportador final. Si el trámite se presenta en una Delegación, el Departamento de Devolución de Impuestos dictaminará la solicitud y, dentro de un plazo de 10 días hábiles, entregará al interesado la resolución correspondiente.

## **Apoyos Administrativos de la Comisión Mixta para la Promoción de las Exportaciones (COMPEX)<sup>7</sup>**

El sistema promocional Compex

La comisión está integrada por las Secretarías de Relaciones Exteriores; de Hacienda y Crédito Público; Programación y Presupuesto (ya fusionada a SHCP); Energía, Minas e Industria Paraestatal; Comercio y Fomento Industrial; Agricultura y Recursos Hidráulicos; Comunicaciones y Transportes; Trabajo y Previsión Social y el Banco Nacional de Comercio Exterior. Igualmente integran el sector los representantes de los organismos cúpula del sector privado vinculados con la exportación. Conservando esta estructura mixta, se efectúan reuniones mensuales a nivel estatal, regional y nacional con los exportadores y las autoridades responsables para el análisis de planteamientos e iniciativas que cubren las siguientes vertientes:

a) Atender los problemas que enfrentan los exportadores para concurrir a los mercados internacionales, y fundamentalmente eliminar trabas y restricciones a la exportación.

b) Concertar acciones con los exportadores para fortalecer las ventas externas y, en particular, para realizar proyectos especiales de exportación que por su magnitud o importancia regional requieren de apoyos conjuntos.

c) Definir medidas a seguir por las entidades públicas que hagan más operativos

---

<sup>7</sup>La normatividad de la Compex se sustenta en el Decreto que crea la Comisión Mixta para la Promoción de las Exportaciones y Establece su Organización y Funcionamiento, publicado en el Diario Oficial de la Federación del 27 de julio de 1989, pp. 3-5. Y en los Convenios que crean las Comisiones Estatales para la Promoción de las Exportaciones, publicados en el Diario Oficial de la Federación.

los apoyos vigentes al exportador o para establecer nuevos mecanismos que agilicen trámites, con base en sugerencias de los exportadores.

d) Proponer las medidas promocionales objeto de coordinación con los gobiernos de las entidades federativas.

e) Establecer políticas promotoras, claras y sencillas, que adecúen el marco de operación de las empresas a las nuevas realidades del entorno internacional.

La mecánica operacional de Compex

La Comisión, presidida por la SECOFI, recibe todo el planteamiento por escrito que requiera emprender acciones de una o varias entidades públicas y que no haya sido posible resolverlo en las instancias normales de tramitación en materia de exportaciones. Las empresas pueden presentar su planteamiento en las sesiones mensuales de Compex que se realizan en sus tres niveles.

1. El primer nivel funciona para cada uno de los Estados de la República. La Comisión Estatal sesiona la primera semana de cada mes, en donde los empresarios y las autoridades responsables de los apoyos administrativos analizan y toman medidas para la solución de los asuntos enfocados a la exportación.

2. La instancia regional, cuyas sesiones se llevan a cabo en la segunda semana de cada mes, en las que se consideran todos aquellos casos que no fueron resueltos por la instancia estatal en el transcurso de un mes; además se escucha a los ponentes de la respectiva región sin limitación alguna y se dicta ahí mismo la resolución de determinados casos y a otros se les da respuesta en un plazo máximo de 30 días. Las

sesiones de la Comisión se llevan a cabo en las distintas sedes que componen cada región de acuerdo con su calendario anual de reuniones.

3. Los casos que no se pueden resolver a nivel regional se turnan cada mes al tercer nivel de la Comisión Nacional, que es el de Secretarios de Estado, con la presencia del Director General de Bancomext y de los presidentes de los organismos cúpula vinculados con las exportaciones. Cada tres meses se tiene una reunión con el Presidente de la República para resolver aquellos casos que no encuentren resolución en el nivel de Secretarios de Estado.

La Dirección General de Servicios al Comercio Exterior tiene la responsabilidad de efectuar el seguimiento de las resoluciones tomadas por Compex, a efecto de que los proyectos y medidas se lleven a cabo con integridad y prontitud.

### I.3 ESTUDIOS DE FOMENTO A LAS EXPORTACIONES

Existen pocos trabajos que evalúen los instrumentos y apoyos a las exportaciones. Entre algunos de los relacionados con nuestro tema se encuentran los de González-Aréchiga y Ramírez con Aguas Gómez (1990), plantean cinco clases principales de barreras para el aprovisionamiento de insumos nacionales causadas por: 1) el producto y la producción, 2) los procedimientos administrativos, 3) la reglamentación, 4) infraestructura, y 5) las estructuras de mercado.

En la primera categoría participan factores como: a) Los atributos del producto

o servicio; b) la tecnología y el cambio tecnológico; c) la calificación de la mano de obra, y d) la estructura de la planta y el equipo. El segundo tipo de barreras se relaciona con los procesos administrativos inadecuados. Los demandantes de insumos presentan obstáculos al abasto local por el desconocimiento del mercado, la falta de capacidad local de contratación, los requisitos de certificación de proveedores, las relaciones de largo plazo con proveedores internacionales, etc. Por el lado de los oferentes potenciales nacionales hay obstáculos resultantes del desconocimiento del mercado; la escasa experiencia internacional y flexibilidad administrativa; la incapacidad para manejar grandes volúmenes con entregas justo a tiempo; la incapacidad de distribución; la falta de voluntad para aceptar riesgos para vender en mercados con márgenes reducidos de ganancia; falta de capacidad para prestar servicios complementarios; inadecuado control de calidad; etcétera.

El tercer conjunto de barreras para la venta de insumos es de orden reglamentario. Desde el inicio del programa maquilador se ha propuesto que existen condiciones desfavorables para el abasto interno por la estructura impositiva, en especial en el manejo del impuesto al valor agregado; el trato más favorable en términos administrativos a los insumos importados que a los nacionales; las dificultades para la exportación indirecta y la falta de flexibilidad de ese régimen de operación; la ineficiencia en el despacho aduanero; el centralismo, etc. Todos esos obstáculos han sido atacados por medio de la desregulación, la apertura comercial, la simplificación administrativa y la homologación de regímenes legales de operación.

La cuarta barrera es la inadecuada infraestructura mexicana. Las deficiencias

en el transporte dificultan el abasto competitivo de componentes en el interior del país; la insuficiencia de las redes de telecomunicación dificulta la elaboración en México de componentes especializados; la escasez de vivienda e infraestructura social dificulta la estabilidad de la fuerza de trabajo y aumenta el costo real de la vida; la falta de equipamiento urbano y de servicios públicos también dificulta la producción de componentes; el rezago en la educación media y superior también obstaculiza el desarrollo tecnológico.

La estructura de los mercados de insumos, factores y de bienes finales constituye la quinta barrera al abasto de insumos nacionales a empresas exportadoras, las cuales operan en mercados altamente imperfectos, con estructura oligopólica, sujetos a una gran variedad de prácticas neoproteccionistas y de subvención, por parte de los países desarrollados. Los principales obstáculos que plantea la estructura de mercado son la inexistencia de mercados intermedios, tanto globales como en los países en desarrollo; el control monopsónico (oligopsónico) de abastecedores que se deriva del poder monopólico (oligopólico) de las empresas trasnacionales; el control monopólico de tecnologías; las distorsiones y subvenciones implícitas en los contratos de defensa de Estados Unidos y los esfuerzos de promoción del MITI de Japón; las prácticas de neoproteccionismo y el inadecuado control de monopolios en los países avanzados; el control de cadenas de abasto de bienes intermedios por parte de las empresas multinacionales; el manejo inadecuado de precios de transferencia intrafirma de las trasnacionales; etcétera. Algunas de las acciones que podrían contribuir a eliminar estos obstáculos serían: Una aplicación más rigurosa de leyes antimonopolio

en países avanzados; la reducción de prácticas neoproteccionistas; eliminación de subsidios indirectos al desarrollo tecnológico; vigilancia más estricta por parte de México del antidumping de insumos en la maquila; protección a los abastecedores potenciales mexicanos de las subvenciones gubernamentales; difusión de información tecnológica; desarrollo de ferias industriales más amplias; publicación de directorios industriales de insumos y procesos; la creación de centros amplios de comercio internacional que incluyan partes y componentes intermedios; estabilidad cambiaria y paridad adecuada etcétera.

A partir del diagnóstico anterior González-Aréchiga y Ramírez proponen que los principales obstáculos de largo plazo al abasto de insumos provienen de los factores estructurales de los mercados, es decir, que el principal impedimento es de carácter internacional y difícilmente puede ser resuelto por medio de medidas unilaterales.

Mercado y Taniura (1991), plantean que México tiene ventajas en el costo del trabajo de la industria terminal, la nómina de salarios de las empresas de ensamble terminal representa una proporción muy baja de los costos totales (10 y 13% en 1988), comparada con el 15% para los Estados Unidos y Canadá. Por otro lado, señalan que los principales impedimentos a las exportaciones automovilísticas radican en la ineficiencia de la industria nacional de insumos y de transporte, así como en la deficiente calidad de los productos. Esos autores plantean que entre las necesidades de política para consolidar las exportaciones automovilísticas se encuentran: a) Desarrollo de un sistema de promoción de exportaciones: Que además de

instrumentos fiscales y financieros debe incluir una infraestructura completa y bien organizada que apoye con eficacia la exportación; b) Liberación comercial; y c) Industria de insumos más competitiva.

Urquidi, Giner, Mercado y Taniura (1988) plantean, entre otras, las siguientes conclusiones: a) Las políticas de promoción a las exportaciones mexicanas consisten básicamente de instrumentos financieros y fiscales, y algunos de promoción directa de mercado. Desde 1985, aparte de los incentivos macroeconómicos proporcionados por la subvaluación del peso mexicano, varios instrumentos específicos fueron puestos conjuntamente, conformando lo que puede considerarse políticas de promoción de las exportaciones coherentes. Respecto a los incentivos fiscales, el gobierno mexicano adoptó instrumentos con el propósito de generar beneficios similares a los ofrecidos en otros países, de los cuales los más sobresalientes son los Pitex y los drawback. Los incentivos financieros incluyen financiamiento a la preexportación y a la exportación con tasas preferenciales. Estos instrumentos afectaron 1.7% del valor de las exportaciones manufactureras en 1970 y se incrementó a 26% en 1985.

b) Otra característica de las políticas de promoción de las exportaciones es su selectividad, relacionada con divisiones manufactureras específicas. Hay tipos de divisiones incluídas por el gobierno en acuerdos sectoriales, el primero comprende las industrias maduras donde existe capacidad de exportación y los acuerdos son alcanzados con las firmas, encontrando metas específicas concernientes a la exportación; el segundo comprende industrias nuevas para las cuales las

exportaciones son difíciles de materializar, pero donde hay expectativa de que ellas pueden eventualmente alcanzar la madurez, o donde las inversiones por las corporaciones multinacionales son promovidas bajo la condición de que ellas deben exportar una cierta proporción de su producción.

Plantean además que c) Condiciones específicas, particularmente la estructura de mercado, afectan la capacidad de exportación de las empresas y el efecto de la política de promoción de exportaciones sobre las empresas. En este sentido, i) el tipo de mercado conducido por corporaciones multinacionales bajo acuerdos específicos con los gobiernos comprometen exportaciones por algún periodo de tiempo (por ejemplo, la industria automotriz), reciben beneficio adicional pero no se puede decir que las exportaciones se promuevan de una manera significativa; ii) en las empresas locales que han alcanzado una etapa de madurez y han sido exportadoras por algún tiempo (por ejemplo, industria química y resinas), las políticas de promoción de exportaciones juegan un rol importante, realzando las oportunidades y dando a las empresas avances en competitividad que de otra manera no tendrían, pero esas no determinan la orientación de sus exportaciones; iii) la estructura de mercado consistente en una mezcla de corporaciones multinacionales y productores locales incipientes (por ejemplo, la industria electrónica), en este caso las exportaciones son motivadas por acuerdos institucionales, y la política de promoción de las exportaciones juega un rol significativo, compensando los problemas estructurales de la industria; iv) el cuarto tipo de estructura de mercado es el de industria relativamente madura, pero la protección ha jugado un rol decisivo, manteniendo su nivel de eficiencia por debajo

del estándar internacional (por ejemplo, plásticos y bienes eléctricos), industrias en las que las políticas de promoción de las exportaciones son un elemento fundamental que induce la orientación de las exportaciones sobre los productores, pero éstas son incapaces de tomar ventajas de los beneficios ofrecidos, por problemas estructurales y porque el funcionamiento de sus exportaciones es muy pobre. Este último caso, plantean Urquidi, et al, es más o menos típico de las manufacturas mexicanas y esto muestra que, si México quiere volverse un importante exportador de manufacturas debe experimentar un cambio estructural profundo y no puede confiar simplemente en una subvaluación del peso o en los instrumentos de políticas de promoción de las exportaciones.

En los elementos anteriores descansa la cuarta conclusión que plantean los mismos autores: d) Puede argumentarse que los instrumentos de políticas de promoción de las exportaciones son un componente de una estrategia de desarrollo generalizada basada en las exportaciones, pero cuya utilidad depende de la eficiencia relativa del sector industrial, y solamente en casos excepcionales, donde ventajas en costo son derivadas de políticas macroeconómicas (tales como subvaluación del peso y bajos salarios reales), esas políticas macroeconómicas y las políticas de promoción de las exportaciones adoptadas pueden promover nuevas exportaciones manufactureras, pero éstas no pueden llegar a ser un rasgo permanente de la economía mexicana, dado que estas son útiles para conducir las empresas hacia el mercado extranjero y para compensar las deficiencias estructurales heredadas. En este sentido, coincidimos con Urquidi et al, al señalar que en el largo plazo debe preferirse

el incremento en la eficiencia y en la genuina competitividad internacional, y esto requiere que nueva inversión, y particularmente investigación y desarrollo, sean llevados a cabo.

Peñaloza Webb y Voljc (1989)<sup>8</sup>, evaluando el periodo de enero de 1986 a diciembre de 1988 y aclarando que el análisis de regresión que emplean sirve de base para inferir y no para determinar valores para la toma de decisión, concluyen que:

Las políticas cambiaria, comercial y financiera desempeñan un papel importante en el fomento de las exportaciones. Se deben evitar variaciones aleatorias de las políticas. La congruencia entre las diversas políticas es fundamental para que el esfuerzo exportador rinda frutos.

No se debe subestimar la importancia de los apoyos temporales en el esfuerzo exportador, ya que mientras la política cambiaria afecta a la economía en general, la política financiera y el Pitex tiene un efecto sectorial específico y positivo en el sector exportador.

Por otra parte, esos autores señalan que las medidas administrativas para reducir los trámites a la exportación, los avances de negociación de la política

---

<sup>8</sup>Estos autores evalúan cuantitativamente las acciones o instrumentos que han tenido mayores efectos en el impulso de las ventas externas de bienes manufacturados, para ello, plantean la ecuación siguiente:

$$\text{Expm} = f(\text{PITEX}, \text{TCr}, \text{FE})$$

Donde: Expm = exportaciones mensuales de productos manufacturados

PITEX = valor de las importaciones temporales realizadas al amparo del Pitex

TCr = índice del tipo de cambio real

FE = financiamiento a las exportaciones (venta y preexportación).

comercial para abrir mercados, etc. es sumamente difícil su medición y, en cuanto a la devolución de impuestos a la importación y la exención del IVA, la información publicada no permite analizar su desempeño.

## I.4 EL PROGRAMA DE LAS EMPRESAS ALTAMENTE EXPORTADORAS (ALTEX)

El programa ALTEX es una herramienta de la política de fomento a las exportaciones, el cual pertenece, como ya se mencionó, a una serie de programas orientados a ese objetivo.

### **Antecedentes**

El 12 de noviembre de 1986, por instrucción presidencial, se establece un tratamiento preferencial ágil y oportuno del Sector Público a las empresas altamente exportadoras (ALTEX)<sup>9</sup> en lo relativo a sus operaciones de comercio exterior. Buscando fomentar y promocionar las exportaciones manufactureras se implementaron mecanismos de coordinación y concertación de acciones entre las diversas dependencias o entidades de la Administración Pública Federal directa o indirectamente ligadas al comercio exterior.

---

<sup>9</sup>El programa Altex nace con la idea de apoyar a todas aquellas "empresas cuyo desempeño como exportadoras les diera derecho a recibir un trato especial por parte del gobierno", Vázquez Tercero, 1989.

## Decretos de las empresas ALTEX<sup>10</sup>

Con la finalidad de darle mayor sustento y difusión al esquema ALTEX, ampliar los apoyos otorgados y extender su cobertura para incluir la totalidad de las exportaciones no petroleras, el 3 de mayo de 1990 se publicó en el Diario Oficial de la Federación el Decreto para el Fomento y Operación de las Empresas Altamente Exportadoras. Este decreto establece la adopción de nuevos mecanismos de apoyo para eliminar obstáculos y otorgar facilidades preferenciales en los trámites administrativos, jurídicos y de servicios con el fin de agilizar y hacer más eficientes las operaciones de comercio exterior de las empresas con registro ALTEX.

Este decreto establece varios lineamientos que deben cumplir las empresas exportadoras para que puedan ingresar al programa, asimismo define una serie de apoyos y beneficios de los cuales serán objeto.

La figura jurídica Empresa ALTEX incluye a personas físicas o morales productoras de bienes no petroleros de exportación y que participan dinámica y permanentemente en el mercado internacional y contribuyen a la generación neta de divisas.

---

<sup>10</sup>La normatividad de las empresas ALTEX se sustenta en el Decreto para el Fomento y Operación de las Empresas Altamente Exportadoras, publicado en el Diario Oficial de la Federación del 3 de mayo de 1990, pp. 16-17. Y en las reformas a este Decreto publicadas en el Diario Oficial de la Federación el 17 de mayo de 1991, p. 17.

Las empresas altamente exportadoras pueden ser:

Exportadores Directos. Son aquellas empresas que tienen exportaciones anuales por un valor mínimo de tres millones de dólares o de un millón cuando esta cantidad represente por lo menos el 40% de sus ventas totales. (Este requisito será posteriormente modificado en mayo de 1991).

Exportadores Indirectos. Son aquellas empresas cuyas ventas anuales de bienes incorporados a productos de exportación, o exportados por terceros, equivalen mínimamente al 50% de sus ventas totales.

Los objetivos del programa ALTEX son:

1. Conjuntar acciones a fin de eliminar trabas y restricciones a las exportaciones.
2. Intensificar la penetración de los productos mexicanos a los mercados extranjeros.
3. Coordinar acciones de promoción con las empresas que generan mayores ingresos de divisas.
4. Otorgar mayores apoyos para la exportación.

Los Beneficios y Apoyos que ofrece el programa ALTEX consisten en facilidades administrativas específicas proporcionadas por las dependencias y entidades de la

#### Administración Pública Federal:

- a) Autorización automática de dos años para importaciones de depósito fiscal.
- b) Devolución inmediata del saldo del IVA a favor.
- c) Mayor cobertura de financiamiento.
- d) Sistema simplificado de despacho aduanero.
- e) Importaciones temporales vía PITEX.
- f) Facilidades en materia de comunicaciones, transportes etc.
- g) Ventanilla única para resolver problemas o cuestiones alusivas.

#### Constancia de registro ALTEX

Para obtener los apoyos del esquema ALTEX, la empresa que cumple las características operativas referidas en el programa, deberá obtener previamente su Constancia ALTEX, misma que debe solicitar y tramitar a través del formato de "Cuestionario Unico de Registro como Empresa Altamente Exportadora" (ver anexo A) que puede recoger en el Departamento de Atención al Público o en las Delegaciones Coordinadoras Regionales de Secofi. El Departamento de las Empresas ALTEX dictamina la solicitud y en un plazo máximo de cinco días hábiles otorga el registro con vigencia indefinida. Para seguir inscritas en el programa y continuar gozando los apoyos del mismo, las empresas deben realizar dos "Reportes de sus Operaciones de Comercio Exterior para Empresas ALTEX" (ver anexo B) ante la Secofi: un reporte es semestral y el otro anual.

Con el objetivo de "reconocer el esfuerzo de aquellas empresas altamente exportadoras que dedican una parte sustancial de su producción a la exportación", el 17 de mayo de 1991 se publicó un decreto que reforma el del 3 de mayo de 1990. Entre las nuevas modificaciones en la legislación que regula el fomento y operación de las ALTEX se encuentran:

- Eliminación del requisito de saldo positivo en la balanza comercial.
- Reducción del monto mínimo de exportaciones anuales de tres a dos millones de dólares o que exporte cuando menos el 40% de sus ventas totales para poder considerarse empresa ALTEX.

### **Estadísticas sobre el programa ALTEX en la región Noreste**

Existe poca información publicada sobre las empresas ALTEX en el noreste de México. Dávila Flores (1992b), presenta unas interesantes estadísticas sobre los programas Pitex y ALTEX.

En 1991, bajo el programa PITEX, el valor de las importaciones fue de 2,936.7 millones de dólares, mientras que las exportaciones alcanzaron un monto de 11,491.4 millones de dólares. Por tanto, la relación entre generación neta de divisas

(exportaciones menos importaciones) y exportaciones totales fue de 74.4%. Ello implica que cada dólar exportado bajo este programa tiene 74.4 centavos de contenido nacional. (Dávila Flores, 1992b p. 10).

En mayo de 1992 existían 678 empresas altamente exportadoras con registro vigente. Y la inmensa mayoría de estas empresas participa en uno o varios programas de importaciones temporales para exportación. En 600 de ellas (88.5%), la participación del capital nacional era mayoritario (más del 50% del capital social de la empresa). Las 78 empresas extranjeras (11.5%) concentraron el 42% de las exportaciones totales realizadas por las empresas ALTEX. El peso de las firmas nacionales en las exportaciones totales es significativo (57.3%), sobre todo si se compara con los bajos coeficientes de integración nacional observados en la Industria Maquiladora de Exportación (IME) (Dávila Flores, 1992b p. 11).

En 1992 Coahuila, Nuevo León y Tamaulipas concentraron el 22.1% de las empresas ALTEX y el 31.2% de las exportaciones por ellas realizadas. Salvo en el caso de Tamaulipas, las empresas ALTEX localizadas en Coahuila y Nuevo León tienen promedios de exportación por unidad productiva superiores a la media nacional. Del total de empresas ALTEX, el 15.9% (108) se ubicaban en el Estado de Nuevo León. Las exportaciones de éstas representó el 17.2% (1,514.4 millones de dólares corrientes) del valor de las exportaciones totales. (Dávila Flores, 1992b pp. 12-13).

El 92.3% de las empresas ALTEX de la región noreste es de capital nacional mayoritario. Esta cifra es también superior a la media nacional (88.5%). Salvo en el caso de Coahuila, las empresas ALTEX de capital nacional mayoritario de la región tienen una participación en las exportaciones totales de ese tipo de firmas superior al promedio del país (71.7% contra 57.3%). El valor medio de las exportaciones de las empresas ALTEX de capital nacional mayoritario en la región noreste es muy superior al de sus equivalentes ubicadas en el resto de las entidades del territorio nacional (14.2 millones de dólares contra 8.4). (Dávila Flores, 1992b p. 13).

En el Estado de Nuevo León el 91.2% de las empresas ALTEX es de capital nacional mayoritario y sus exportaciones representaron el 90.1% de las exportaciones totales de este tipo de empresas. El valor medio de las exportaciones de las empresas ALTEX de capital nacional mayoritario es de 13.9 millones de pesos corrientes (Idem).

Por otro lado, en lo referente al Programa PITEX, en la región noreste operaban 299 empresas bajo este programa (octubre de 1992), las cuales representan el 19.4% del total nacional (1,545). El Estado de Nuevo León tiene la más alta concentración de este tipo de empresas ya que cuenta con 212 (13.7% del total nacional). (Dávila Flores, 1992b pp. 13-14).

## Desempeño del programa ALTEX

En mayo de 1991 se modifica el decreto de las ALTEX, reduciendo el requisito de monto mínimo de exportaciones anuales para ingresar al programa ALTEX de 3 a 2 millones de dólares o exportar cuando menos el 40% de sus ventas totales y se elimina el requisito de balanza comercial positiva. Esta reducción en el requisito del monto de exportación obedece fundamentalmente al fomento de aquellas grandes empresas exportadoras que tienen posibilidades en un futuro próximo de ingresar al programa ALTEX, facilitando y/o anticipando su entrada y con ello haciéndolas merecedoras de los apoyos administrativos como empresa ALTEX. La modificación en la legislación no fue la "popularización del programa ALTEX" (en opinión de funcionarios de CONACEX, Tijuana). En el capítulo IV veremos que, a pesar de la falta de seguimiento en la implementación de ciertos instrumentos, las modificaciones en la legislación del programa ALTEX sí beneficia a un número considerable de pequeñas empresas exportadoras.

Entre los diferentes apoyos brindados a las empresas ALTEX existen algunos que actualmente se han generalizado a las empresas exportadoras y algunos otros que han perdido su vigencia o que carecen de relevancia (SECOFI, México). Entre los primeros, por ejemplo, tenemos los apoyos vía PITEX; entre los segundos se encuentra la mayor cobertura de financiamiento. Actualmente no existe ningún programa específico de Bancomext el cual favorezca a las empresas ALTEX en cuanto al monto

de financiamiento a la exportación en determinada área o rubro. (BANCOMEXT, Monterrey).

Las facilidades en materia de comunicaciones, instalación de energía eléctrica, teléfono, fax, por ejemplo, no son aprovechadas por las empresas, quizás porque no las requieren o porque son atendidas debidamente sin necesidad de recurrir al programa ALTEX.

El sistema simplificado de despacho aduanero, los sistemas de transporte, la existencia de ventanilla única de atención a las empresas ALTEX, así como la devolución inmediata del IVA, son apoyos y beneficios preferenciales que reciben las empresas inscritas en el programa ALTEX. El programa ALTEX es un programa de atención prioritaria en los trámites de las empresas, brindando atención ágil y desburocratizada para la realización de sus operaciones de exportación e importación.

Los beneficios en devolución inmediata del saldo del IVA a favor es un apoyo exclusivo del programa ALTEX. La celeridad con la cual se realiza es de cinco o seis días, mientras para los exportadores que no están inscritos en el programa ALTEX la devolución del IVA tarda normalmente de cinco a seis meses (SECOFI, México). Ello implica un considerable ahorro en los costos de producción para las empresas ALTEX. En opinión de funcionarios de Secofi Nuevo León, básicamente las empresas se inscriben en el programa para disfrutar de este beneficio.

En general, los beneficios y apoyos que se otorgan a las empresas ALTEX dependen de varios factores y presentan una gran elasticidad en lo que a tiempo se refiere. Los factores que afectan significativamente la celeridad en los trámites administrativos son el monto o valor de las exportaciones y la región del país donde se efectúen los trámites o se encuentre establecida la empresa (así lo indica CONACEX, Tijuana). Además, aquellos apoyos y beneficios que salen del ámbito de la SECOFI pueden ser más tardados sin la celeridad planteada en el programa y requerida por las empresas. Esta apreciación se desarrolla en la segunda parte del capítulo de resultados.

Cabe señalar que en las diferentes pláticas y entrevistas con funcionarios de Secofi pudo apreciarse un elevado nivel de desconocimiento de la vigencia y actualización de los diversos incentivos que brinda el programa ALTEX.

## **Conclusiones**

En los Planes Nacionales de Desarrollo se plasman las diferentes políticas de desarrollo económico y social, específicamente en los programas de mediano plazo: PRONAFICE 1984-89 y PRONAMICE 1990-94, que plantean una serie de políticas de fomento al comercio exterior que persiguen, entre otros objetivos, eliminar problemas del comercio exterior y consolidar la oferta exterior.

El PRONAFICE 1984-89, dentro de la política de fomento a las exportaciones, buscaba incrementar de manera sostenida la generación neta de divisas y consolidar al sector manufacturero. Las medidas de apoyo a la exportación no petrolera serían: Un tipo de cambio realista, financiamiento competitivo internacionalmente, un régimen de liberación de las importaciones temporales para exportar, al mismo tiempo simplificaciones y descentralización de trámites de comercio exterior para liberalizar y agilizar las exportaciones.

El PRONAMICE 1990-94, perseguía, entre otros objetivos, propiciar el crecimiento de la industria nacional mediante el fortalecimiento de un sector exportador con altos niveles de competitividad. A partir de un diagnóstico se detectaron algunos de los obstáculos al comercio exterior entre los que figuran: Falta de coordinación entre las diferentes dependencias y entidades públicas responsables de promover el comercio exterior; retraso en la devolución del IVA y otros impuestos indirectos de los productos de exportación; distorsiones en la asignación y disponibilidad de los sistemas financieros para la promoción de las exportaciones; centralización de resoluciones administrativas y exceso de trámites burocráticos; falta de sistemas de información actualizados.

Con el fin de eliminar los problemas de comercio exterior se define una serie de medidas a implementar: Desarrollar una cultura exportadora; concertar y coordinar acciones de promoción de exportaciones; adecuar el marco jurídico que rige las

empresas de comercio exterior; ampliar los apoyos institucionales a empresas de comercio exterior; establecer el premio nacional a la exportación; perfeccionar y ampliar los mecanismos de promoción de las exportaciones; descentralizar los trámites administrativos y modernizar los procedimientos operativos; desconcentrar hacia las delegaciones federales de la Secofi los servicios de comercio exterior; la instalación de ventanilla única para dar servicio a las empresas con programas de exportación registrados entre otras. La aplicación de las medidas anteriores se lleva a cabo mediante la formulación y/o reformas de una serie de programas encaminados a fortalecer y desarrollar la oferta exportable, entre esos programas se encuentran los Pitex, Ecex, Drawback, Compex y ALTEX.

Los Pitex, Ecex, Drawback y Compex son algunos de programas de fomento a las exportaciones orientados a la eliminación de problemas específicos de los exportadores, el aprovechamiento de los beneficios que brindan esos programas se ha extendido a la generalidad de exportadores con la única condición de cumplir ciertos requisitos administrativos.

Cabe considerar que en el impulso y desarrollo de las exportaciones manufactureras influyen, tanto las políticas de fomento orientadas a este fin, como las políticas industriales y las políticas macroeconómicas generales. En este sentido, el fomento decidido de las exportaciones exige una rigurosa coherencia en la implementación de las políticas referidas.

Existen diferentes trabajos que estudian los diversos programas de fomentos a las exportaciones. Concretamente, en el caso del programa ALTEX, no existen trabajos, a excepto de Dávila Flores (1992), que analicen la efectividad, los alcances y limitaciones de este programa.

Específicamente, el Programa ALTEX plantea una serie de apoyos e instrumentos de fomento a las exportaciones, entre esos instrumentos, algunos carecen de relevancia o no tienen vigencia, otros se han generalizado a todos los exportadores, pero existe un instrumento exclusivo del programa, que es la devolución del saldo a favor del IVA a los exportadores.

De lo anterior se desprende la necesidad de trabajos que evalúen el impacto del programa ALTEX sobre las exportaciones, tanto a nivel macroeconómico como microeconómico, y es en este contexto donde se ubica la relevancia de este trabajo, se ubica la validez actual del programa, la efectividad de sus instrumentos, el tipo de empresas que lo aprovechan, los cambios necesarios, entre otros elementos, en un estado en particular, con una gran actividad económica, con amplia tradición exportadora y un número considerable de empresas inscritas en el programa ALTEX.

## II. ENTORNO ECONOMICO DE NUEVO LEON

### Introducción

Este capítulo pretende proporcionar un marco de referencia para el análisis de las empresas ALTEX en la entidad. Presenta diferentes estadísticas económicas: Participación del Producto Interno Bruto (PIB) estatal en el nacional, infraestructura productiva, comercio exterior, grupos industriales, entre otros. Todos estos elementos necesariamente se conjugan y de alguna manera, se reflejan en la estructura y funcionamiento de las empresas ALTEX. En el estado de Nuevo León se desarrolla una industria competitiva y de gran capacidad de exportación, por ello es de gran importancia el estudio de los beneficios que ofrece el programa ALTEX, para estas empresas.

### II.1 PANORAMA GENERAL

El Estado de Nuevo León cuenta con una extensión territorial de 64,081.4 kilómetros cuadrados, se ubica en la región noreste de México, delimitando al norte con Texas; al sur con San Luis Potosí, al este con Tamaulipas y al oeste con Coahuila.

En lo que se refiere a la configuración geopolítica y demográfica, Nuevo León se integra por 51 municipios. Su capital es Monterrey, la cual junto con los municipios

de Apodaca, General Escobedo, Guadalupe, San Pedro Garza García y Santa Catarina forman el Area Metropolitana. Otros municipios fuera del Area Metropolitana que conforman zonas industriales importantes son Anáhuac, Bustamante, Cerralvo, Lampazos, Villaldama y Sabinas Hidalgo en la zona norte y Linares en la zona centro.

De acuerdo con los Censos Nacionales de 1990, Nuevo León cuenta con una población de 3 millones 98 mil 736 habitantes, la cual representa el 3.8% de la población total de México, con una tasa de crecimiento medio intercensal de 2.1% en la década de los ochenta. Los habitantes de Nuevo León se localizan en un 81.7% en el Area Metropolitana de Monterrey. La población económicamente activa asciende a 1 millón 425 mil 418 habitantes, la cual representa el 46% de la población total del estado.

En el aspecto de comunicaciones, Nuevo León dispone de una red de carreteras de la cual 314.6 km. la constituyen autopistas, 3,868 km. carreteras de doble vía y 4,680.7 km. caminos vecinales. Cuenta con 1,037 km. de red ferroviaria, la cual cubre rutas hacia las ciudades más importantes de México y enlaza con las redes ferroviarias que cubren diversas ciudades y regiones de los Estados Unidos. Cabe mencionar que Nuevo León tiene una ubicación geográfica estratégica por estar relativamente cerca de centros de producción y consumo ubicados en el norte del país y algunas ciudades importantes del estado de Texas (Laredo, Mc. Allen, San Antonio, en Estados Unidos, y Guadalajara, Tampico, Saltillo, Cd. Victoria, Torreón, D.F.). Pero

además, se tiene acceso con facilidad a puertos nacionales e internacionales para un manejo eficiente de la mercancía que requiere transportación marítima (Tampico, Tamaulipas; y Brownsville, Houston y Corpus Christi, Texas).

## II.2 DESARROLLO ECONOMICO

El Producto Interno Bruto (PIB) estatal se estima en 323,253 millones de pesos en 1992, a precios de 1980, con un crecimiento de 6.1% entre 1985 y 1990. Nuevo León participa con el 5.9% del PIB Nacional.

La participación porcentual de los sectores económicos en el PIB estatal es la siguiente: 41.5% industria manufacturera, 23.4% servicios en general, 20.0% comercio, restaurantes y hoteles, mientras el 15.1% restante lo aportan los sectores de comunicaciones y transportes (7.7%), construcción (4.1%), agropecuario, silvicultura y pesca (1.8%), electricidad, gas y agua (0.9%), y minería y petróleo (0.7%). (Consejo Nacional de Comercio Exterior (CONACEX). Directorio de comercio exterior de Nuevo León, 1994. p.17).

La participación de la Población Económicamente Activa (PEA) en los sectores productivos en el PIB estatal es la siguiente: 24.6% en industria manufacturera; 11.2% en comercio, restaurantes y hoteles; 38.5% en servicios en general; el 25.7%

en los sectores de comunicaciones y transportes (8.5%), construcción (7.3%), agropecuario, silvicultura y pesca (8.4%), electricidad, gas y agua (0.4%) y minería y petróleo (0.3%). (Idem p.17).

La participación de los sectores productivos en el PIB Nacional es relativamente menos heterogénea. Así tenemos que la industria manufacturera participa con el 9.1%; comercio, restaurantes y hoteles con el 5.9%; servicios en general con el 5.6%; comunicaciones y transportes con el 7.0%; construcción con el 5.4%; y los sectores agropecuario, silvicultura y pesca; electricidad, gas y agua; y, minería y petróleo con el 1.6, 5.8 y 0.6% respectivamente. (Idem p.17).

### **Industria manufacturera**

La industria manufacturera es el sector más importante en la economía de Nuevo León. Las ramas industriales más dinámicas son las de Productos Metálicos, Maquinaria y Equipo (24.2%); Alimentos, Bebidas y Tabaco (22.6%); Industria Química (21.6%) y la Industria Metálica Básica (9.9%). Estas ramas concentran el 78.3% del total del valor generado por toda la industria, el 62.8% de los establecimientos y el 67.2% de los empleos. (Idem p.18). (Ver cuadro 2.1).

Los establecimientos industriales en Nuevo León tienen mayor presencia en la

Industria de Productos Metálicos, Maquinaria y Equipo y en la Industria de Alimentos Bebidas y Tabaco. (Ver cuadro 2.1).

Los empleos generados por la Industria Manufacturera se ubican en mayor proporción en la Industria de Productos Metálicos, Maquinaria y Equipo. Le siguen en importancia la Industria de Alimentos y Bebidas; Minerales no Metálicos, como vidrio y cemento; y Sustancias Químicas y Petróleo. (Ver cuadro 2.1).

**CUADRO 2.1 INDUSTRIA MANUFACTURERA DE NUEVO LEON (por subsectores)**

SUBSECTORES	PARTICIPACION EN EL PIB INDUSTRIAL	PARTICIPACION DE LOS ESTABLECIMIENTOS	PARTICIPACION EN LA GENERACION DE EMPLEO
Alimentos, Bebidas y Tabaco	22.6	21.7	14.5
Productos Metálicos, Maq. y Equipo	24.2	32.3	34.3
Sustancias Químicas y Petróleo	21.6	7.2	12.3
Industria Metálica Básica	9.9	1.6	6.1
Productos Minerales no Metálicos	9.1	8.4	12.5
Textiles e Industria del Cuero	6.7	8.7	11.3
Papel y Productos de Papel	5.0	8.3	5.4
Industria de la Madera	0.6	9.5	2.6

FUENTE: Consejo Nacional de Comercio Exterior (CONACEX) Moreste. 1994. Directorio de Comercio Exterior de Nuevo León. p. 18.

### Comercio exterior

El Comercio Exterior de Nuevo León se ha incrementado notablemente a partir de la apertura comercial de México. Las exportaciones han crecido más del doble desde 1988, llegando a los 1,389 millones de dólares en 1991; se estima que la cifra alcanzó los 1,500 millones de dólares en 1992 y que rebase los 2 mil millones de dólares con la implementación del Tratado de Libre Comercio.

Las exportaciones de Nuevo León se integran por 99.3% de manufacturas,

0.4% agropecuarias y 0.3% de extractivas. Por lo que respecta al destino de las exportaciones, éstas se orientan en 81% hacia los Estados Unidos. Otros mercados no tradicionales como Canadá, Brasil, Argentina y Japón están adquiriendo mayor relevancia. Las importaciones han seguido un patrón similar a las exportaciones, es decir, tuvieron un crecimiento sustancial a partir de la apertura comercial. En 1991 ascendieron a 2 mil 835 millones de dólares. (Idem p.20).

Al igual que el resto del país, la estructura de las importaciones está fuertemente determinada por la importación de bienes intermedios, los cuales representan el 48.2% de las importaciones totales del estado, los bienes de capital participan con el 35.7% de las importaciones totales, mientras que los bienes de consumo explican el 16.1% del total.

Esta entidad cuenta con una gran diversidad de productos de exportación, entre algunos de los principales figuran: Frutas y verduras, alimentos procesados, cerveza, tabaco y sucedáneos, escobas, papel y cartón, productos cerámicos, pigmentos, pinturas, extractos, vidrio y sus manufacturas, muebles, textiles, cemento, manufacturas de aluminio, hierro y acero, calderas, máquinas y aparatos, incluso vehículos automotrices y sus partes. (CONACEX Noreste. 1994. Directorio de Comercio Exterior de Nuevo León. p. 20.).

## **Inversión extranjera**

La inversión extranjera se estima que ascendió a 12 mil millones de dólares en 1991, a través de la participación de 236 empresas en la economía local. Entre algunas de las empresas con inversión extranjera que participan en la economía de Nuevo León se encuentran: AT&T Internacional, Carrier Corporation, Ford Motor Company, York Internacional, Caterpillar, Empresas Gamesa, Unión Carbide Mexicana, Mary Cay Cosmetics, Stone Container Corporation, Packard Electric, Quaker Chemical, Olympia Mexicana, Hispano Química, Carbono Lorena, Phillips Mexicana, Grupo Eureka, etc. (CONACEX Noreste. 1994. Directorio de Comercio Exterior de Nuevo León. p. 22.)

La participación de la inversión extranjera en los sectores productivos es como sigue: El 75% de las empresas con inversión extranjera proviene de los Estados Unidos de Norteamérica; España e Inglaterra aportan en su conjunto el 8% del total de empresas. Empresas de otros países como Japón, Canadá y Holanda, participan en menor grado relativo.

Al analizar la inversión extranjera por sectores tenemos que esta se concentra en los sectores de industria (51.6%) y de servicios (38.1%). Otros sectores comprenden apenas el 10% de la inversión extranjera (comercio (8.4%), agropecuario (1.2%) y extractiva (0.4%).

## **Infraestructura para el crecimiento industrial**

En Nuevo León hay 12 parques industriales, cinco de los cuales son administrados por el sector público y los otros siete por el sector privado. Los parques industriales privados cuentan con un área disponible considerable, aproximadamente entre el 30 y el 95% de su superficie total, además, en general, cuentan con las siguientes facilidades: agua, drenaje, energía eléctrica, red telefónica y, excepto Sabinas Hidalgo, cuentan con alumbrado público y pavimentación. Los parques Monterrey, La Silla y Milemex cuentan, además, con gas. Lo anterior puede apreciarse en los cuadros 2.2 y 2.3.

En general, los servicios de los parques industriales privados y públicos son muy similares a excepción del parque industrial privado Sabinas Hidalgo, el cual carece de gas, alumbrado público y pavimentación.

Una diferencia relevante es que todos los parques industriales privados cuentan con una área disponible considerable mientras que todos los parques industriales públicos prácticamente se encuentran saturados. En términos globales, el porcentaje de área disponible para los seis parques industriales privados fluctúa entre el 33% y el 94% del área respectiva. (Ver cuadro 2.2).

**CUADRO 2.2 PARQUES INDUSTRIALES PRIVADOS DE NUEVO LEON**

PARQUES INDUSTRIALES PRIVADOS	UBICACION	AREA TOTAL (MILES DE m2)	AREA DISPONIBLE (%)	AGUA, DRENAJE, ENERGIA ELECTRICA RED TELEFONICA	GAS	ALUMBRADO PUBLICO	PAVIMENTACION
Monterrey	Apodaca	900	55.2	x	x	x	x
La Silla	Guadalupe	367.7	41.4	x	x	x	x
Apodaca	Apodaca	900	33.3	x		x	x
Milimex	Apodaca	200	50	x	x	x	x
Sabinas Hidalgo	Sabinas Hgo.	419	94.4	x			
Linares	Linares	501	75.7	x		x	x
Almacentro*							

Nota: \* Información no disponible

FUENTE: CONACEX Noreste. 1994. Directorio de Comercio Exterior de Nuevo León. p. 23.

**CUADRO 2.3 PARQUES INDUSTRIALES PUBLICOS DE NUEVO LEON**

PARQUES INDUSTRIALES PUBLICOS	UBICACION	AREA TOTAL (MILES DE m2)	AREA DISPONIBLE (%)	AGUA, DRENAJE, ENERGIA ELECTRICA RED TELEFONICA	GAS	ALUMBRADO PUBLICO	PAVIMENTACION
Mariano Escobedo	Mariano Esc.	654.8	0	x	x	x	x
Ciénega de Flores	Ciénega de F.	214.1	0	x		x	x
Dr. González	Dr. González	236.1	5	x	x	x	x
Pesquería	Pesquería	72	0	x		x	x
El Carmen	El Carmen	412	4	x		x	x

FUENTE: CONACEX Noreste. 1994. Directorio de Comercio Exterior de Nuevo León. p. 23.

## Los grupos industriales

De los cincuenta grupos industriales más grandes del país, por sus ventas y activos, 16 de ellos se localizan o mantienen su centro de decisión en Nuevo León. En conjunto registran ventas consolidadas en 1992, por un monto superior a los 55 mil millones de pesos nuevos, equivalentes a casi 18 mil millones de dólares. El origen de los grupos empresariales de Nuevo León fue la industria pesada principalmente: Cemento, acero, vidrio, trailers, productos metálicos y maquinaria; pero también productos de consumo dirigidos al mercado mexicano y, desde hace más de cinco décadas, también al mercado de los Estados Unidos.

Con la dinámica de los cambios y las transformaciones, los empresarios de Nuevo León han acudido al sector servicios: aseguradoras, bancos, casas de bolsa y de cambio, transportes y comunicaciones, construcción e inmobiliarias. En el cuadro 2.6 se presentan las empresas y las mercancías que producen los 16 grupos industriales ubicados en el estado de Nuevo León. Como puede apreciarse, existe una enorme diversidad de productos los cuales comprenden la metalurgia, química, alimentos, construcción, vidrio, servicios: Transporte, turismo, financieros, etc.

Entre los grupos más antiguos se encuentran los grupos LAMOSA y VISA, establecidos en el año de 1890. A principios de siglo se estableció el grupo CEMEX en 1906 y los grupos IMSA y CONAGRO se establecen en 1936 y 1938 respectivamente. A mediados de siglo se establecen los grupos CYDSA y PROTEXA en 1945, y GRUPO INDUSTRIAL RAMIREZ, VILLACERO, AXA, MALDONADO y PROEZA en los años 1946, 1955, 1956, 1958 y 1960 respectivamente. Los grupos que se fundaron más recientemente son PULSAR en 1983 y ALFA en 1974 (aunque las empresas que le dieron origen se remontan al siglo pasado). (Ver cuadro 2.6).

Por otro lado, encontramos que en los diferentes grupos industriales existe una gran diversidad de divisiones destacando una marcada participación de los diferentes grupos en la industria y alimentos, en la primera, se encuentran nueve y en la división de alimentos participan siete grupos (Ver cuadro 2.4).

CUADRO 2.4 GRUPOS INDUSTRIALES DE NUEVO LEON

GRUPO INDUSTRIAL	ESTABLEC. (AÑO)	DIVISIONES	EMPRESAS: PRODUCTOS
ALFA	1974	Acero y transformación	Hylsa: Aceros planos, tubería, alambre, varilla. Hylsa Beckaert: Derivados de alambre, cuerda para llanta. Galvak: Lámina Galvanizada y pintada. Galvament: Paneles de lámina aislante con poliuretano.
		Petroquímica y fibras Sintéticas	Petrocel y Tereftalatos Mexicanos: DMT y PTA. Akra: Nylon de México y Fibras Químicas: fibra, nylon, poliéster.
		Alimentos	Sigma alimentos: Carnes frías.
		Empresas Diversas	Titán: Cartón corrugado, celulosa moldeada, papel engomado, papel semikraft y tubo de cartón. Mamak: Fundición de piezas de aluminio. Selther-Simmons: Colchones. Indelpro: Resina de propileno y plástico. Terza: Alfombras y tapetes.
AXA	1956	Eléctrico	Prolec; Lumisistemas; Celeco.
		Alimentos	Kir Alimentos
		Industriales	Conductores Monterrey; AXA Yazaki; Multilec; Memek; Tisa.
CEMEX	1906	Cementos	Cementos Guadalajara Compañía Smidth: Producción de maquinaria pesada para la industria cementera. Empresas Tolteca; South Western Sunbelt Cement; Grupo Anahuac.
CONAGRO	1938	Carnes	Empacadora Treviño, S.A. de C.V.: Ganado vacuno y porcino. Frigoríficos del Norte, S.A. de C.V.: Importación y venta de cárnicos. Forrajes y Engordas Técnicas S. de R.L.: Engorda de ganado y venta de canales. Proyecto Alfa Verde: Cosecha y deshidratación de alfalfa, bodega de granos, engorda de ganado, procesadora de carne y empacadora de verduras.
		Aceites	Algodones y Aceites Mexicanos, S.A.: Molino para semillas oleaginosas. Compañía Mantequera Monterrey: Producción de aceites y mantecas vegetales.
		Transportes	Conagro Transportaciones, S.A.: Transportación de carne en gral.
MALDONADO (COPAMEX)	1958	Industria	Consortio Industrial Papelero (CIP, S.A. de C.V.): Papel para empaque, envoltura, escritura, impresión e higiénicos y faciales. Papeles Higiénicos de México.
CYDSA	1945	Fibras	Celulosa y Derivados, S.A. de C.V.: Planta Rayón; Planta Crysel; Derivados Acrílicos, S.A. de C.V.; Bonlam, S.A. de C.V. Grupo Textil San Marcos, S.A. de C.V.: Produce y comercializa hilos acrílicos y sus mezclas, con fibras naturales y sintéticas. Fabrica y comercializa textiles para el hogar y el abrigo. Ultracril, S.A. de C.V.: Confección y manufactura de suéteres.
		Química	Industria Química del Itzmo, S.A. de C.V.: Cloro, sosa y cáustica. Industrias Cydsa Bayer, S.A. de C.V.: Toluen Di-Isocianato. Sales del Itzmo, S.A. de C.V.: Sal comestible e industrial. Quimobásicos, S.A. de C.V.
		Plásticos	Policyd, S.A. de C.V.: Policloruro de vinilo. Colombin Bel, S.A. de C.V.: Espuma de poliuretano. Plásticos Rex, S.A. de C.V.: Tuberías y conexiones de PVC.
		Empaque	Masterpak: Empaque. Celorey: Película de celofán. Propirey: Película de polipropileno. Reyprint: Impresiones y laminaciones. Tultitlán: Películas co-extruidas, bolsas y tubos colapsibles. Lito Envases: Conversión de cartón plegadizo. Intermex, Inc.
		Mejoramiento ambiental	Atlatic, S.A. de C.V.; Química Ecotec, S.A. de C.V.; Dicotec, S.A. de C.V.: estas empresas se dedican al tratamiento de agua. Laboratorio Central de Análisis
GRUMA (GRUPO MASECA)	N.E.	Molinos; Alimentos Ingeniería y Tecnología; Constructora Industrial Agro	No especificado
IMSA	1936	Acero	APM: Placa y lámina de acero rolada en caliente. Industrias Monterrey: Rollos, cintas, láminas lisas y acanaladas, perfiles tubulares, tubo para cerca, recubrimientos de zinc).
		Acumuladores	Acumuladores Mexicanos: Acumuladores automotrices, sistemas de captación almacenaje y empleo de luz solar. Acumuladores Monterrey: Acumuladores automotrices para la industria terminal. ESB de México: acumuladores y rectificadores.

...Continuación CUADRO 2.4 GRUPOS INDUSTRIALES DE NUEVO LEÓN

GRUPO INDUSTRIAL	ESTABLEC. (AÑO)	DIVISIONES	EMPRESAS: PRODUCTOS
		Sistemas	<p><b>Multypanel:</b> Paneles para techos y muros, cámaras para refrigeración industrial, puertas con aislamiento técnico.</p> <p><b>Robertson Mexicana:</b> Estructuras y columnas de acero, techos, muros e impermeabilizaciones metálicas, sistemas de ventilación industrial.</p> <p><b>Edificaciones y Desarrollo Industriales:</b> Servicio de diseño y construcción de naves industriales.</p> <p><b>Formet:</b> Sistemas de almacenaje, productos metálicos para el flujo transversal del sistema carretero.</p> <p><b>Stabilit:</b> Laminados plásticos opacos y traslúcidos, lisos o acanalados.</p> <p><b>IMSA Signode:</b> Flejes de acero y plástico, cintas adhesivas y película de polietileno, grapas y clavos.</p>
		Aluminio	<p><b>Cuprum:</b> Perfiles extraídos de aluminio, escaleras de aluminio, productos de aluminio para la industria automotriz y carrocería, productos de nylon, vinil y hules termoplásticos.</p>
		Automotriz	<p><b>Automóviles:</b> Distribución y venta de automóviles Ford, mantenimiento y refacciones originales.</p> <p><b>Automotrices del Noroeste:</b> Distribución y venta de automóviles Ford, mantenimiento y refacciones originales.</p> <p><b>Camiones y Tractocamiones:</b> Venta de camiones y tractocamiones, refacciones y mantenimiento.</p> <p><b>Mol Financiero Automotriz:</b> Comercialización de vehículos nuevos a través de sistemas de financiamiento y arrendamiento.</p>
LAMOSA	1890	Cerámica	<p><b>Ladrillera Monterrey, S.A;</b> Sanitarios Azteca, S.A.; Kermika, S.A.; Icxal, S.A.</p>
		Químico-minera	<p><b>Crest, S.A. Proyeso, S.A.;</b> General de Materiales, S.A.</p>
		Plásticos y Metales	<p><b>Plastimetal, S.A;</b> Valmot, S.A.</p>
PROEZA	1960	Alimentos	<p><b>Alimentos de Veracruz (ALVER).</b></p> <p><b>Zano Alimentos:</b> Envasado y comercialización de jugos y bebidas de frutas.</p>
		Capacitación	<p><b>Imedecit; Procigo:</b> Ambas empresas capacitan y asisten a los productores de cítricos.</p>
		Industria	<p><b>Teknik:</b> Piezas fundidas para la industria automotriz, agrícola y de bienes de capital.</p> <p><b>Acertek:</b> Fabricación de partes estructurales para el ferrocarril.</p> <p><b>Premecna:</b> Partes para automóvil.</p> <p><b>Perfek:</b> Elabora herramientas para estampado, ensamble e inspección de autopartes.</p>
PROTEXA	1945*	Industria	<p><b>Protexa:</b> Productos derivados del alquitrán y la hulla.</p> <p><b>Texsa:</b> Membranas prefabricadas impermeables plástico-bituminosa, monocapa y laminada.</p> <p><b>Compañía Industrial de Mexicali:</b> Impermeabilizantes asfálticos.</p> <p><b>Productos Lince:</b> Oxidación de asfalto.</p> <p><b>Permaducto:</b> Recubrimientos anticorrosivos.</p> <p><b>Techados Monterrey:</b> Lámina de cartón asfáltica.</p> <p><b>Extrumex:</b> Producción de tubos de polipropileno y polietileno de alta densidad.</p> <p><b>Essex de Hermosillo:</b> Selladores para armado de automóviles.</p> <p><b>Impulsora K:</b> Operación de las Tiendas de Conveniencia Círculo K.</p> <p><b>Exportadora y Transformadora Industrial:</b> Partes automotrices industriales.</p> <p><b>Procesos Electroforéticos:</b> Pintura de piezas automotrices.</p> <p><b>Texaco Mexicana:</b> Lubricantes.</p> <p><b>Celular de Telefonía</b></p> <p><b>Sistemas computacionales Avanzados:</b> Sistemas de alta Tecnología.</p> <p><b>Computación, Instrumentación y Control:</b> Ensamblado de equipo computacional.</p> <p><b>Combustibles Ecológicos :</b> Compra y venta de combustibles alternos [gas, gas natural y gas L.P] y equipo para su conversión.</p>
		Construcciones	<p><b>Perforaciones marítimas mexicanas</b></p> <p><b>Perforaciones Marítimas Protexa</b></p> <p><b>Construcciones Protexa:</b> Perforación petrolera terrestre.</p> <p><b>Construcciones Marítimas Mexicanas:</b> Instalación de plataformas con barcos, grúas y tendido de líneas submarinas.</p> <p><b>Condux:</b> Conducción y mantenimiento de obras marinas.</p> <p><b>Tecnología Avanzada de Ingeniería Petrolera:</b> Servicios de consultoría e Ingeniería petrolera.</p> <p><b>Construcciones y Equipos Latinoamericanos:</b> Fabricación de plataformas marinas.</p> <p><b>Aeroservicios Especializados:</b> Servicio de transportación aérea.</p> <p><b>Mekano:</b> Fabricación de pailería pesada.</p> <p><b>Construcciones Protexa:</b> Tendido de tubería.</p> <p><b>Aesa:</b> Servicio de mantenimiento mecánico a helicópteros y aviones.</p>
		Turismo e Inmuebles	<p><b>Inmobiliaria Atipsa:</b> Desarrollo de fraccionamientos.</p> <p><b>Foturin:</b> Operación de complejos turísticos.</p> <p><b>Inmobiliaria Real de San Agustín:</b> Desarrollo de centros comerciales.</p>

...Continuación CUADRO 2.4 GRUPOS INDUSTRIALES DE NUEVO LEÓN

GRUPO INDUSTRIAL	ESTABLEC. (AÑO)	DIVISIONES	EMPRESAS: PRODUCTOS
			<p><b>Fomento Turístico Nacional:</b> Servicios turísticos nacionales e internacionales.</p> <p><b>Operadora Internacional de Hoteles:</b> Operación de complejos turísticos.</p> <p><b>Tecnología e Ingeniería Avanzada:</b> Tratamiento de aguas residuales.</p> <p><b>Impulsora de Autopistas:</b> Construir, operar, mantener y conservar proyectos de autopistas.</p> <p><b>Viaductos de Peaje:</b> Construir, operar, mantener y conservar proyectos de autopista.</p>
		Alimentos	<p><b>Alpromar:</b> Pesca de atún.</p> <p><b>Formex Ibarra:</b> Produce y comercializa productos del mar y del campo.</p> <p><b>Conservas del Pacífico:</b> Produce y comercializa bienes de consumo, del mar y del campo.</p> <p><b>Frigoríficos de Ensenada:</b> Comercializa productos del mar y de consumo.</p> <p><b>Embotelladora Agral Regiomontana:</b> Elaboración de refrescos, franquicia de la Pepsi Cola mexicana.</p>
PULSAR	1983*	Industrias	<p><b>Cigarrera la Moderna:</b> cigarras; <b>Aluprint:</b> Empaque flexible y cartón; <b>Luxor-Mohawk:</b> Alfombras.</p>
		Servicios Financieros	<p><b>Grupo Vector:</b> Asistencia bursátil, arrendamiento, "factoring", cambio de divisas y análisis bancario y financiero.</p>
GRUPO INDUSTRIAL RAMIREZ trailers.	1946	Industrias	<p><b>Trailers Monterrey, S.A.:</b> Trailers.</p> <p><b>Industria Automotriz:</b> asientos y tapices para tractocamiones y otras partes para automóviles. <b>Industrias Vortec:</b> Frenos para</p> <p><b>Industrias Metálicas Monterrey:</b> Carrocercas para trailers y chasis.</p>
VISA	1890	Servicios Financieros	<p><b>VANSA; Bancomer; FEMSA</b></p>
		Cervecería	<p><b>Cervecería Cuahutemoc-Montezuma:</b> Cerveza.</p> <p><b>Cadena Comercial:</b> Tiendas comerciales.</p>
		Empaque	<p><b>Fábricas Monterrey:</b> Latas para bebidas y alimentos, tapas y hermetapas; <b>Corrugados de Tehuacán:</b> Papel y cajas de cartón.</p> <p><b>Grafo Regia:</b> Etiquetas, laminaciones especiales para envoltura.</p> <p><b>Plásticos Técnicos Mexicanos:</b> Cajas para refrescos, hieleras, sillas.</p>
		Refrescos	<p><b>Industria Embotelladora de México:</b> Refrescos embotellados.</p> <p><b>Embotelladora de Tlanepantla:</b> Refrescos embotellados.</p>
		Alimentos	<p><b>Operadora de Productos Pecuarios:</b> Engorda y comercialización de carne.</p>
VILLACERO	1955*	Industria (Otra división Comercio y servicios)	<p><b>Complejo Siderúrgico Lázaro Cárdenas, Las Truchas (SICARTSA):</b> 1.2 millones de toneladas de acero líquido, un millón en productos de acero terminados. <b>Otras Plantas:</b> Pipas de acero, tubería retangular, acero galvanizado.</p>
VITRO	N.E.	Vidrio	<p><b>Vitro Envases Norteamérica:</b> Envases de vidrio y plásticos; productos de vidrio borosilicato; tapas de plástico; productos desechables de plástico termoformado; velices, portafolios, sillas y mesas de plástico.</p> <p><b>Vitro Vidrio Plano:</b> Cristal flotado y templado; cristales de control solar; ventanas aislantes; espejos; domos metálicos con cristal; vidrio con recubrimiento cerámico; cristal antirobo y antibala; cristal automotriz; polivinyl butiral; cubiertas para mesa; instalación en fachadas arquitectónicas.</p> <p><b>Vitrocristal:</b> Productos de vidrio para el hogar y para la industria; artículos de vidrio para hornato y regalo; productos de cristal; de plomo; cubiertos de acero inoxidable y plateados; acero porcelanizado para mesa y cocina; tapas de aluminio.</p> <p><b>Vitro Enseres Domésticos:</b> Estufas, Lavadoras y secadoras; refrigeradores y congeladores; compresores, moldes, troqueles; válvulas y termostatos; componentes de plástico.</p> <p><b>Vitro Química, Fibras y Minería:</b> Aislamiento de fibra de vidrio y silicato de calcio; refuerzos de fibra de vidrio, plásticos reforzados con fibra de vidrio; cloruro de calcio y de sodio; silicato de calcio; silicatos y metasilicatos de sodio y potasio; sílice precipitada, silicato de magnesio, silicoaluminatos; sulfato de aluminio, hydrogel y zeolitas, arena sílica y feldespato.</p>
		Industria	<p><b>Vitro Bienes de Capital:</b> Maquinaria y equipo para la industria del vidrio y otras máquinas de aplicación comercial; equipo de moldeo para vidrio y plástico; equipo electrónico; bombas para agua y sistemas de fluido.</p>

NOTAS: N.E.= No especificado; \* = Año aproximado de fundación del grupo.  
 El grupo ALFA cuenta con 26 mil empleados y tiene establecimientos en 20 estados del país.  
 El grupo CYDSA emplea a 12 mil personas; El grupo PULSAR cuenta con 14 mil personas en todo el mundo, dirigidas por una planta directiva de 27 ejecutivos ubicados en Nuevo León.  
 FUENTE: Elaboración propia con datos de CONACEX Noreste, 1994. Directorio de Comercio Exterior de Nuevo León. pp. 32-70.

## Conclusiones

El estado de Nuevo León dispone ampliamente de vías de comunicaciones, entre las que se encuentran: Redes de carreteras, ferroviarias, y facilidad en el acceso a puertos nacionales y extranjeros, cuenta además con una ubicación geográfica estratégica por estar relativamente cerca de los centros de producción y consumo ubicados en el norte del país y algunas ciudades importantes del estado de Texas. Esos elementos favorecen el desarrollo de una industria competitiva con una gran capacidad de exportación.

Dentro del PIB estatal la industria manufacturera es el sector más importante ya que contribuye con el 41%, otros sectores que tienen una participación considerable son: Servicios en general con el 23.4% y comercio, restaurantes y hoteles con el 20%. Dentro de las manufacturas, las ramas industriales más dinámicas son: Productos metálicos, maquinaria y equipo; Alimentos, bebidas y tabaco; Industria química; y la Industria metálica básica, las cuales concentran el 78% del valor generado por toda la industria. En el capítulo cuatro veremos que, la estructura de la producción manufacturera estatal es similar a la estructura de las exportaciones de las empresas ALTEX.

Las exportaciones de Nuevo León son fundamentalmente manufactureras (99.3%). El destino de las exportaciones son principalmente los Estados Unidos en un

81%, aunque existen mercados no tradicionales con cada vez mayor presencia como: Canadá, Brasil, Argentina y Japón. Es de esperarse que la estructura del destino de las exportaciones se mantenga en las exportaciones de las empresas ALTEX.

Los elementos enumerados en la primera conclusión contribuyen a explicar porque en la entidad de Nuevo León se ubican aproximadamente la tercera parte de los grupos industriales más grandes de México.

## III. METODOLOGIA

### Introducción

El presente capítulo plantea la información obtenida tanto de fuentes secundarias como de investigación directa, seguida por una breve descripción de la herramienta de análisis de conglomerados que, conjuntamente con los instrumentos de la estadística descriptiva, son la base de nuestro análisis de las empresas ALTEX. Este apartado incluye, además, algunos de los elementos más importantes considerados en el diseño de un cuestionario para las grandes empresas ALTEX, así como los criterios que se consideraron en la selección de la muestra. Este cuestionario nos permite valorar la importancia que representan, para las grandes empresas exportadoras, los diversos instrumentos de fomento a las exportaciones en el desempeño comercial de las mismas.

### III.1 DISPONIBILIDAD DE INFORMACION

Como ya se mencionó, existen verdaderas limitaciones en torno a la información disponible para la evaluación de los programas de fomento a la exportación.

La Secretaría de Comercio y Fomento Industrial (SECOFI) México a través de la Dirección General de Programas de Fomento a la Exportación, proporcionó un

directorio de Empresas Altamente Exportadoras del Estado de Nuevo León (febrero de 1994). De las 136 empresas inscritas en el programa, 98 reportaron información sobre balanza comercial para los últimos cuatro años 1990-1993. Esta información se complementó con un directorio de empresas ALTEX actualizado por la SECOFI delegación Nuevo León que tiene inscritas en el programa a 111 empresas.

Para la muestra de 98 empresas, además de la balanza comercial para los últimos cuatro años (1990-93), se obtuvo la actividad principal en la que se agrupan según la clasificación mexicana de actividades y productos (CMAP) empleada por el Instituto Nacional de Estadística Geografía e Informática (INEGI) en los censos económicos de 1989. Otros datos importantes obtenidos, son: los productos exportados así como el destino de las exportaciones.

Para una submuestra de 42 empresas, además de lo anterior, se obtuvo otra variable (de SECOFI, Nuevo León) ventas totales, y por tanto, ventas en el mercado nacional y ventas en el mercado externo.

Esta información se complementó con el diseño de un cuestionario que recaba la visión de los empresarios de Nuevo León acerca del impacto del programa ALTEX en el desempeño exportador de las empresas (Ver anexo C).

A partir de los elementos anteriores se puede plantear que la información

disponible no permite estudiar el desempeño del programa en detalle, ya que hay ausencia de variables clave que permitan evaluar las causas del incremento exportador de las empresas, si se debe a los apoyos recibidos o al aumento de inversiones o de productividad, por ejemplo. En este sentido, el presente trabajo estará orientado a la exploración de la información disponible y al planteamiento de una serie de hipótesis que bien pudieran ser desarrolladas en trabajos posteriores. Para ello se utilizan la estadística descriptiva y algunos elementos del instrumental econométrico de análisis multivariado.

### III.2 ANALISIS MULTIVARIADO

El análisis multivariado se compone de una gran cantidad de técnicas, Jobson (1992) plantea que en la década pasada hubo un tremendo crecimiento en la disponibilidad de "hardware" computador y "software" estadístico, y como resultado, el uso de las técnicas de análisis multivariadas se ha incrementado, abarcando la mayoría de los campos de la investigación científica y muchas áreas de negocios y administración pública. Tanto en la investigación como en los dominios de la administración hay un incremento en el reconocimiento de la necesidad de analizar información de una manera que tome en cuenta las interrelaciones entre las variables. El análisis de información multivariada se refiere a un extenso surtido de tales técnicas inferenciales y descriptivas.

Existe una gran cantidad de técnicas de análisis multivariado, las cuales se pueden agrupar y/o clasificar por diferentes criterios. En el presente trabajo se describen únicamente los instrumentos útiles en la validación de nuestros objetivos, los cuales son factibles de utilizar en función de la información obtenida.

### **Técnica de análisis de Clasificación**

El método del análisis de clasificación o de Cluster suele denominarse también análisis tipológico. Su objetivo consiste en clasificar las unidades de la matriz original en grupos o clusters lo más homogéneos posible dentro de sí (intra) y lo más heterogéneos entre ellos (inter). En particular, el análisis de Cluster es el nombre genérico otorgado a una gran variedad de técnicas que tienen como objeto primordial la búsqueda de grupos en un conjunto de individuos o variables.

Los clusters tienen las propiedades siguientes: 1. Densidad: Esta propiedad define un cluster como un conglomerado espacial de puntos relativamente compacto en comparación con otras áreas de ese espacio que tienen menos o ningún punto. 2. Varianza: Grado de dispersión de los puntos de cada conglomerado en el espacio. 3. Forma: Configuración espacial de los puntos (redondeada-hiperesfera-alargada, etc.). 4. Separación: Grado de solapamiento o de separación entre los clusters.

El análisis de Cluster ha ido ganando popularidad, entre otras razones, porque su objetivo es muy útil y fácil de entender y porque siempre se consigue un resultado interpretable. El problema principal de su utilización radica en el amplio espectro de controversias relativas a sus modos de aplicación. Los postulados teóricos y metodológicos sobre los que se asienta el análisis de conglomerados no están tan sólidamente fundamentados. (Fernández Santana, 1991.).

Para la práctica del análisis de Cluster, Fernández Santana (1991), sugiere tres fases: 1. Preparación; 2. Realización y 3. Evaluación. En la primera fase los aspectos que deben ser considerados en el momento de diseñar la aplicación de un análisis de Cluster son: La matriz de datos, la medida de distancia y el método de clusterización.

Existen diferentes métodos de clusterización. El paquete estadístico empleado SPSS/PC (Statistical Package for the Social Sciences) dispone de los siguientes métodos:

- Jerárquicos aglomerativos: Distancias mínimas, distancias máximas, distancias entre centroides (interclusters, intraclusters, mediana, centroide) y Ward
- Iterativos: K-means

En la segunda fase el número de clusters o la partición más adecuada depende de uno o varios de los criterios siguientes:

- % de varianza explicada por cada partición
- Distancias inter e intraclusters

-Distribución de los sujetos en los clusters

-Distribución de los clusters en las variables «activas» (las que intervienen propiamente en el AC) y «pasivas» (las que no intervienen).

Finalmente, la validación de la participación de los datos iniciales puede satisfacerse por diferentes criterios. La interpretabilidad teórico-práctica es, en última instancia, el criterio que supera cualquier otro: Todos los criterios de selección de la participación idónea y de su posterior validación carecen de sentido si la clasificación no tiene sentido teórico o es difícilmente interpretable. (Fernández Santana, p.73). En este mismo sentido, Everitt y Dunn (1991) señalan que las técnicas de análisis de Cluster son potencialmente muy útiles para la exploración de información multivariada compleja. Su uso, sin embargo, requiere considerable cuidado. Si las soluciones son engañosas se deben evitar, y es necesario dar mucha atención a la evaluación y validación de los resultados.

Para la aplicación del análisis de cluster primero se organizó la matriz de datos, la cual recaba información de 98 empresas ALTEX, horizontalmente se presentan las 98 empresas clasificadas por actividad según CMAP 1988 del INEGI, verticalmente las variables a) destino de las exportaciones, agrupadas en 6 regiones; b) las mercancías exportadas: Organizadas en 21 grupos de productos; c) las exportaciones, importaciones y el saldo para los años 1990 a 1993, y el total para los cuatro años. Tanto el destino de las exportaciones como los grupos de productos exportados se

presentaron como variables dummy (que cobran los valores de uno cuando la empresa ALTEX exporta ese grupo de productos o sus exportaciones se orientan a ese destino, y cero de otra manera).

El agrupamiento y manejo de la información de las empresas ALTEX se realizó de acuerdo con varios criterios. Uno fue organizar las empresas por el subsector al que corresponden con el fin de obtener la participación de las exportaciones de las empresas ALTEX en los diferentes subsectores; otro consistió en agrupar las empresas que reportaron actividad comercial en los años 1991-1992 (para obtener incremento anual y comparar con el incremento nacional de las exportaciones manufactureras); otro que las empresas hubieran reportado actividad comercial en los cuatro años; otro por el monto de sus exportaciones, y uno más por el monto del saldo comercial. A estas clasificaciones de las empresas ALTEX se aplicaron diversas herramientas de la estadística descriptiva las cuales permitieron un valioso análisis de la información disponible.

Para la muestra de 42 empresas ALTEX, la clasificación se realizó según los criterios siguientes: a) Monto de exportaciones y b) porcentaje de sus ventas destinadas a la exportación. Los resultados de esta organización permitirán explorar el efecto tanto de las modificaciones en la legislación como de la legislación vigente de las empresas ALTEX.

El empleo de herramientas de análisis multivariado, conjuntamente con el análisis de los datos empleando el método de estadística descriptiva, permitirán sacar provecho de la información disponible en torno al programa ALTEX.

Para complementar el análisis de la información estadística obtenida de fuentes secundarias como la proporcionada por Secofi y consulta de materiales bibliográficos, se consideró necesaria aplicar un breve cuestionario sobre las grandes empresas ALTEX.

### III.3 DISEÑO DE CUESTIONARIO

Con el objetivo de obtener la visión de los empresarios de Nuevo León acerca del impacto del programa ALTEX en el desempeño exportador de las empresas, se seleccionó una muestra de las empresas ALTEX: Las grandes empresas exportadoras. Los criterios de selección fueron: Primero que en el año de 1993 hubieran registrado exportaciones por más de 10 millones de dólares y, segundo, que tuvieran participación en el mercado extranjero en los últimos cuatro años. El número de empresas que reúne esos requisitos es de 19. A estas 19 empresas se les aplicó un cuestionario por vía fax dando seguimiento con llamadas telefónicas y se obtuvo una respuesta del 60%. El cuestionario se divide en dos partes: I) Sobre el programa ALTEX y II) Datos generales de la empresa (Ver anexo C).

Para la elaboración y diseño del cuestionario se consultaron diferentes autores, los cuales proporcionan valiosos elementos a considerar en la recabación de información.

Namakforoosh (1993) señala que con preguntas abiertas los entrevistados están en libertad de contestar con sus propias palabras y no limitarse a escoger en una serie de alternativas. Mientras que, en las preguntas cerradas se sugiere al entrevistado dar respuesta según las categorías o alternativas señaladas. En este mismo, sentido Bécue Bertaut, M. (1991) indica que el análisis de la información de las preguntas abiertas es a la vez complejo y costoso, no obstante, que en ciertos casos es imposible sustituir una pregunta abierta por una cerrada ya que estos dos tipos de preguntas aportan informaciones de naturaleza muy distinta y, por lo tanto, difícilmente comparables. Otras razones para el uso de preguntas abiertas son que facilitan la exploración de dominios mal conocidos, para los cuales todas las posibles respuestas cerradas no son conocidas a priori, permite explicitar las respuestas a preguntas cerradas y, así, saber si los entrevistados han entendido los valores de la pregunta cerrada de la misma forma.

Aguilar Barajas, I. (1993) hace una adecuada recopilación de las limitaciones de preguntas cerradas y abiertas. Entre las limitaciones de las preguntas cerradas se tienen las siguientes: a) Los procedimientos de jerarquización muy limitativos dificultan a los encuestados entender los asuntos considerados, b) Dificultad para saber si la

serie de preguntas precodificadas incluye en efecto la respuesta que el entrevistado habría escogido en un formato abierto, y c) Resulta riesgoso utilizar preguntas abiertas si no se tiene suficiente conocimiento de los aspectos que se investigan. Entre las limitaciones de las preguntas abiertas menciona: a) Presentan problemas de validez, objetividad, generalización y plausibilidad, b) Con frecuencia conducen a material que no se puede analizar y a resultados difíciles de interpretar y reportar, y c) Su codificación es difícil, cara y consume mucho tiempo.

Weiers (1986) señala que es importante agregar al cuestionario por correo una carta de presentación breve y sencilla que responda a las preguntas: 1) cuál es la naturaleza del estudio, 2) por qué se enviaron al respondiente los materiales, 3) quién patrocina el estudio, 4) por qué es tan importante la colaboración del respondiente, 5) exactamente qué cosa debe hacer, 6) en qué se utilizará la información que aporte y 7) la aclaración de si se respetará o no el anonimato.

Considerando los elementos anteriores y teniendo presentes los objetivos de este trabajo se procedió a la elaboración del cuestionario el cual se divide en dos partes. La primera parte comprende preguntas que persiguen capturar: 1) La importancia del programa ALTEX en el desempeño exportador de la empresa; 2) El grado de cumplimiento de los cinco objetivos básicos establecidos en el programa; 3) Los instrumentos y apoyos que aprovechan las empresas y el grado de aprovechamiento; 4) La importancia que otorgan las empresas a los apoyos e

instrumentos que aprovechan; 5) Los motivos por los cuales algunas empresas no aprovechan los apoyos ALTEX; 6) La generación de empleos por el programa ALTEX; 7) Las modificaciones necesarias sobre el programa ALTEX para que las empresas exportadoras se beneficien más; 8) Los principales obstáculos que enfrentan las empresas en el desempeño exportador.

En general, entre las primeras cuatro preguntas debe existir consistencia en las respuestas por parte de las empresas, las preguntas siete y ocho son preguntas abiertas para las cuales todas las posibles respuestas cerradas no son conocidas a priori. Aunque la pregunta seis es abierta su respuesta se puede valorar en dos respuestas cerradas: Un sí y un no (no es el caso, etc).

En la segunda parte se plantean interrogantes que buscan capturar: 1) La antigüedad la empresa por el número de empleos que genera; 4) La estructura del capital social; 5) El tamaño de la empresa por el monto de su capital social; 6) La participación de las empresas en el mercado internacional por la proporción de sus ventas destinadas a ese mercado.

En la pregunta tres se emplearon las categorías de la pequeña, mediana y grande empresa por el número de empleos que genera 16-100, 101-250 y 251-más, respectivamente<sup>11</sup>. Como el cuestionario es dirigido a las grandes empresas ALTEX,

---

<sup>11</sup>Decreto que aprueba el programa para el desarrollo de la industria mediana y pequeña. Publicado en el Diario Oficial de la Federación el 30 de abril de 1985. pp. 7-10.

por el monto de sus exportaciones, para capturar más específicamente las diferencias en tamaño, la última categoría de 251 a más empleados se divide en tres, de 251-500, de 501-1000 y más de mil empleados.

## **Conclusiones**

Existe poca información secundaria. Secofi tiene información muy limitada de las empresas exportadoras, por ejemplo, no existen estadísticas de empleo.

Dada la existencia de información secundaria limitada, la aplicación de un cuestionario es un primer acercamiento al funcionamiento del programa ALTEX según la percepción en opinión de los empresarios. de esos comentarios se pueden rescatar valiosas apreciaciones, entre las que se encuentra un elevado desconocimiento de éste programa, debido a una falta de difusión por parte de los organismos encargados de llevarlo a cabo; un bajo nivel de cumplimiento de los instrumentos ofrecidos, entre otros.

La organización y manejo de la información disponible esta en función de los requerimientos y necesidades del análisis. Los criterios planteados en este apartado se basan en la necesidad de conocer la estructura de las exportaciones ALTEX, en modificaciones del programa ALTEX, en la posibilidad de comparar estos resultados

con otros trabajos, y buscando siempre el cumplimiento de los objetivos planteados.

## IV. RESULTADOS

### Introducción

A partir del análisis de la información estadística obtenida en Secofi y complementada con consulta bibliográfica, así como de la investigación directa, en este apartado se exponen los resultados obtenidos. Primero se presenta la estructura de las exportaciones de las empresas ALTEX y, en la segunda parte, se exponen los interesantes resultados del cuestionario ALTEX, el cual recaba la opinión de los empresarios en torno al funcionamiento del programa, así como la importancia que representan sus diversos instrumentos en el desempeño exportador de las empresas.

### IV.1 COMERCIO EXTERIOR DE LAS EMPRESAS ALTEX DE NUEVO LEON.

Las empresas ALTEX en conjunto han realizado exportaciones importantes en los últimos años. En 1990 registraron exportaciones por más de mil millones de dólares mientras que las importaciones fueron de aproximadamente 640 millones de dólares, con un saldo final de poco más 360 millones de dólares. El siguiente año el comercio externo de estas empresas aumentó en 246 y en 230 millones de dólares las exportaciones e importaciones, respectivamente; en consecuencia, el saldo final tiene un ligero incremento, alcanzando los 377 millones de dólares. Para 1992 las importaciones aumentaron considerablemente y las exportaciones solamente registran

un ligero aumento, lo que da por resultado una disminución en el saldo a favor de las empresas situándose en poco más de 257 millones de dólares. En el año de 1993 el comercio externo de las empresas ALTEX disminuye notablemente (hasta febrero de 1994 un número considerable de empresas no habían reportado sus operaciones, en Secofi México), aunque el saldo positivo se recupera sin alcanzar los niveles de 1991. (Ver cuadro 4.1).

**CUADRO 4.1 BALANZA COMERCIAL DE LAS EMPRESAS ALTEX EN NUEVO LEÓN  
1990-1993, (Miles de dólares)**

C O N C E P T O	A Ñ O			
	1990	1991	1992	1993
<b>PROYECTADO</b>				
Exportaciones	951733	989337	881224	1412254
Importaciones	494749	574568	463506	963089
Saldo	456984	414769	417718	449165
<b>REALIZADO</b>				
Exportaciones	1001313	1246126 (24)	1281150 (3)	770209
Importaciones	640436	869108 (36)	1023262 (18)	425969
Saldo	360877	377018 (4)	257888 (-32)	344240

NOTAS: Los datos corresponden a los reportados por 98 empresas de un total de 136 registradas en el programa.

Los números entre paréntesis representan la variación anual.

FUENTE: Dirección General de Programas de Fomento a la Exportación, SECOFI. México. 1994.

En términos porcentuales las exportaciones de las empresas ALTEX 1991 fueron superiores en un 24% respecto del año anterior y, aunque las importaciones crecieron en 36% en el mismo periodo, el saldo positivo de las empresas ALTEX se incrementó en apenas un cuatro por ciento. En el año de 1992 las exportaciones crecieron sólo tres por ciento respecto del año anterior, mientras que las importaciones aumentaron 18%, dando como resultado una disminución en el saldo de 32%

respecto del saldo registrado el año anterior. (Ver cuadro 4.1).

Por lo que respecta a la participación de las empresas en los diferentes sectores y subsectores de la economía, el grueso de las empresas se ubica en el sector tres Industrias Manufactureras, con mucha menor participación del sector comercial (cinco empresas). Dentro del sector tres, en el subsector 38 Productos metálicos, maquinaria y equipo se concentra el mayor número de empresas, 21 (25.6%), en el subsector 37 Industrias metálicas básicas se ubican 15 empresas (18.3%), y en el subsector 36 Productos minerales no metálicos (excepto los derivados del petróleo y del carbón) se encuentran 13 empresas (15.6%). Otros subsectores que agrupan un número considerable de empresas son el 35 Sustancias químicas, productos derivados del petróleo y del carbón, de hule y de plástico (12.2%), el 31 Productos alimenticios, bebidas y tabaco (11%), y el 32 Textiles prendas de vestir e industria del cuero (7.3%), en los cuales se ubican 10, 9 y 6 empresas, respectivamente. Mientras que en los subsectores 39 Otras industrias manufactureras y 33 Industria de la madera y productos de madera (incluye muebles) se encuentran únicamente dos y una empresas. (Ver cuadro 4.2).

Las empresas ALTEX exportan una gran diversidad de productos, los cuales organizamos en 21 grupos: P01 Vidrio y artículos de vidrio, P02 Artículos de porcelana y cristal, P03 Artículos de cerámica, P04 Arcilla y teja para piso, P05 Artículos de acero, P06 Partes para automóvil, P07 Artículos de aluminio, P08

Muebles metálicos y de madera, P09 Partes y agregados para montacargas, P10 Equipo agrícola, P11 Desechos metálicos, P12 Partes para TV, P13, Productos químicos inorgánicos, P14 Artículos de plástico y otros, P15 Fibras, P16 Alfombras y tapetes, P17 Frutas y legumbres, P18 Alimentos, P19 Escobas, P20 Comercio de abarrotes y P21 Otros. (Ver cuadro 4.3).

**CUADRO 4.2 PARTICIPACION DE LAS EMPRESAS ALTEX DE NUEVO LEON EN LOS DIFERENTES SECTORES, 1993**  
(Segun la CMAP del INEGI)

NUM. DE EMPRESAS	SECTOR Y SUBSECTOR
77	SECTOR 3 INDUSTRIAS MANUFACTURERAS
9 (11.0%)	Subsector 31 Productos alimenticios, bebidas y tabaco
6 ( 7.3%)	Subsector 32 Textiles, prendas de vestir e industria del cuero
1 ( 1.2%)	Subsector 33 Industria de la madera y productos de madera. Incluye muebles
0	Subsector 34 Papel y productos de papel, imprentas y editoriales
10 (12.2%)	Subsector 35 Sustancias químicas, productos derivados del petróleo y del carbón, de hule y de plástico
13 (15.6%)	Subsector 36 Productos minerales no metálicos. Excepto los derivados del petróleo y del carbón
15 (18.3%)	Subsector 37 Industrias metálicas básicas
21 (25.6%)	Subsector 38 Productos metálicos, maquinaria y equipo. Incluye instrumentos quirúrgicos y de precisión
2 ( 2.4%)	Subsector 39 Otras industrias manufactureras
5	SECTOR 6 COMERCIO
5 ( 6.1%)	Subsector 61 Comercio al por mayor
0	Subsector 62 Comercio al por menor
Subtotal 82 ( 100%)	
16	SECTOR NO IDENTIFICADO
-----	
TOTAL: 98	

FUENTE: Elaboración propia con datos de la Dirección General de Programas de Fomento a la Exportación, SECOFI, México. 1994.

Aunque las exportaciones de las empresas ALTEX se concentran en norteamérica, específicamente en los Estados Unidos (como se verá más adelante), existe una gran cantidad de países a los cuales también se envían exportaciones. Agrupando los diferentes destinos en regiones afines, ésta se organiza en cinco grupos: Norteamérica (Estados Unidos y Canadá, los cuales por su presencia se analizan por separado), Centroamérica y el Caribe, Sudamérica, Europa y Otros

CUADRO 4.3 GRUPOS DE PRODUCTOS QUE EXPORTAN LAS EMPRESAS ALTEX DE NUEVO LEON, 1993

P01	VIDRIO Y ARTICULOS DE VIDRIO Vidrio templado p/automóvil Vidrio laminado de seguridad Vidrio plano Vidrio vitrificado Fibra de vidrio Zirconio Contenedores de vidrio Recipientes farmacéuticos	P06	PARTES PARA AUTOMOVIL Lámparas delanteras Parrillas para radiador Acumuladores y sus partes Partes de plástico Tablero de instrumentos Láminas para carro Arneses eléctricos	P15	FIBRAS Filamentos de nylon Fibra de nylon Filamentos industriales Fibras de poliéster Granulo de poliéster Cuerdas de fibras suaves Ixtle con pelo de animal
P02	ARTICULOS DE PORCELANA Y DE CRISTAL Lavabos de porcelana Porcelana para cocina Copas Cristal	P07	ARTICULOS DE ALUMINIO Cabezas Escaleras Perfiles Láminas Manufacturas Pasta Soldadura Ventana Manufacturas de hierro y aluminio Metal en lingote	P16	ALFOMBRAS Y TAPETES
P03	ARTICULOS DE CERAMICA Recubrimientos cerámicos Cerámica ornamental Pared cerámica Colores y fritas cerámicas Sanitarios	P08	MUEBLES METALICOS Y DE MADERA Muebles metálicos domésticos Camas tubulares Catres metálicos Camas de madera	P17	FRUTAS Y LEGUMBRES Concentrado de naranja Concentrado de mandarina Frutas enlatadas Naranja en partes y refrigerada Naranja natural Piña en partes y refrigerada Toronja en partes y refrigerada Mango y pure de mango Mandarina Peras endulzadas Pasta de plátano Puré de tomate Legumbres enlatadas
P04	ARCILLA Y TEJA PARA PISO Ladrillos refractarios Loza de arcilla Balde de barro Azulejo barnizado Azulejo Mosaico	P09	PARTES Y AGREGADOS PARA MONTACARGAS	P18	ALIMENTOS Adobos y moles (Adobo en pasta, Mole rojo, Mole verde, Pipian, Salsa de chile) Tortillas Café soluble Cerveza Levadura en polvo
P05	ARTICULOS DE ACERO Acero galvanizado Lámina galvanizada Balde de lámina galvanizada (botes, cubetas) Tubería de acero Piezas de acero forjado Varillas de acero Varilla corrugada Hojas de acero Aros rolados y sin costura Forja para brida Maquinaria para inyección Moldeador para plástico Perfil estructural Accesorios de acero p/camioneta Equipo para ferrocarril (viga de freno, carro de acero, equipo)	P10	EQUIPO AGRICOLA Herramientas para cultivo Tractores Equipo agrícola en general	P19	ESCOBAS Escobas de mijo Escobas
		P11	DESECHOS METALICOS De cobre, de aluminio Ferrosos, no ferrosos	P20	COMERCIO DE ABARROTES Jabón de tocador y otros, Alimentos enlatados, Café, Frutas y legumbres, Ron blanco
		P12	PARTES PARA TV: pantallas, Partes pulidas para tv	P21	OTROS Conexiones soldadas Calderas Cable para construcción Esmalte anticorrosivo Bombas dosificadas Películas de propileno Regenerador de celulosa Transformadores de 650 Sillas para montar
		P13	PRODUCTOS QUIMICOS INORGANICOS Plomo rojo, óxido de plomo Óxido de zinc Compuestos sódicos Nitrato de estroncio Hipofosfatos		
		P14	ARTICULOS DE PLASTICO Y OTROS Llantas sólidas Cuero para autobús Bandas de plástico Tapetes de piso comerciales Vaso de plástico		

FUENTE: Elaboración propia con datos de la Dirección General de Programas de Fomento a la Exportación, SECOFI, México. 1994. En base a CONACEX Moreste, Directorio de Comercio Exterior de Nuevo León 1994.

(comprende Asia, China, India, Rusia, Kuwait, Arabia Saudita, Argelia, Australia y Japón). (Ver cuadro 4.4).

**CUADRO 4.4 PAISES A LOS QUE EXPORTAN LAS EMPRESAS ALTEX DE NUEVO LEON, 1993.**

---

<b>NORTEAMERICA</b>	<b>EUROPA</b>
Estados Unidos	Alemania
Canadá	Bélgica
	España
<b>CENTROAMERICA Y EL CARIBE</b>	Francia
Belice	Holanda
Costa Rica	Hungría
Ecuador	Inglaterra (Reino Unido)
El Salvador	Italia
Guatemala	Suecia
Honduras	Suiza
Panamá	Checoslovaquia
Cuba	
Puerto Rico	<b>OTROS</b>
<b>SUDAMERICA</b>	Asia
Argentina	China
Brasil	India
Bolivia	Rusia
Chile	Kuwait
Colombia	Arabia Saudita
Perú	Argelia
Dominicana	Australia
Venezuela	Japón

---

FUENTE: Elaboración propia en base a datos de la Dirección General de Programas de Fomento a la Exportación, SECOFI, México, 1994. Y de CONACEX Noreste, Directorio de Comercio Exterior de Nuevo León 1994.

El destino principal de las exportaciones de las empresas ALTEX es Estados Unidos. A este país envían sus productos cerca del 94% de las empresas (77 de un total de 82 analizadas). Canadá es otro importante destino de las exportaciones de las empresas ALTEX, pues hacia allá exporta el 33% de estas empresas. A las regiones

Centroamérica y el Caribe y Europa exportan el 27% y el 26% de las empresas ALTEX, mientras que a Sudamérica solamente exportan el 20%. A otras regiones (las cuales comprenden Asia, China, Australia, Japón, etc.) el 20% de las empresas ALTEX destinan sus productos. (Ver cuadro 4.5).

El principal producto exportado, por el número de empresas que lo exportan, es el grupo P05 Artículos de Acero. El 17% de las empresas exportan productos de ese grupo, el cual comprende: Acero galvanizado, lámina galvanizada, baldes de lámina galvanizada, tubería de acero, piezas de acero forjado, varilla corrugada, hojas de acero, aros rolados y sin costura, forja para brida, maquinaria para inyección, moldeador para plástico, perfil estructural, accesorios de acero para camioneta y equipo para ferrocarril. Otro producto importante es el P13 Productos Químicos Inorgánicos, el 10% de las empresas ALTEX exportan productos como plomo rojo, óxido de plomo, óxido de zinc, compuestos sódicos, nitrato de estroncio e hipofosfatos. El siete por ciento de las empresas ALTEX exportan los grupos de productos P01 Vidrio y Artículos de Vidrio, P03 Artículos de cerámica y P17 Frutas y legumbres. El primer grupo comprende: Vidrio templado para automóvil, vidrio laminado de seguridad, vidrio plano, vidrio vitrificado, fibra de vidrio, zirconio, contenedores de vidrio y recipientes farmacéuticos; en el segundo grupo Artículos de cerámica encontramos productos como recubrimientos cerámicos, cerámica ornamental, pared cerámica, colores y fritas cerámicas y sanitarios; y en el tercer grupo de Frutas y legumbres se encuentran productos como concentrado de naranja

y mandarina, frutas enlatadas: Piña, toronja, mango, mandarina, peras, pasta de plátano, puré de tomate y legumbres enlatadas. (Ver cuadro 4.5).

Otros grupos de productos que son exportados por un número considerable de empresas ALTEX, aproximadamente el 6%, son: P04 Arcilla y Teja para piso como ladrillos refractarios, loza de arcilla, baldes de barro, baldosa de barro, azulejo barnizado y mosaico; P06 Partes para Automóvil como lámparas delanteras, parrillas para radiador, acumuladores y sus partes, partes de plástico, tablero de instrumentos, lámina para carro y arneses eléctricos; P07 Artículos de Aluminio como cabezas de aluminio, escaleras, perfiles, láminas, manufacturas, pasta, soldadura, ventanas, manufacturas de hierro y aluminio y metal en lingote; P08 Muebles Metálicos y de Madera entre los que se tienen a los muebles metálicos domésticos, las camas tubulares, los catres metálicos y las camas de madera; y el grupo P18 Alimentos que comprende adobos, moles, tortillas, café soluble, cerveza y levadura en polvo. (Ver cuadro 4.5).

Los grupos de productos P02 Artículos de Porcelana y Cristal y P15 Fibras los exportan apenas un 5% de las empresas ALTEX. El primer grupo incluye lavabos de porcelana, porcelana para cocina, copas y cristal; el segundo incluye incluye filamentos de nylon, fibra de nylon, filamentos industriales, fibras de poliéster, gránulo de poliéster, cuerdas de fibras suaves e ixtle con pelo de animal. (Ver cuadro 4.5).

El grupo de productos P21 Otros, el cual incluye conexiones soldadas, calderas, cable para construcción, esmalte anticorrosivo, bombas dosificadas, películas de propileno, regenerador de celulosa, transformadores de 650 y sillas para montar lo exportan el 8.5% de empresas ALTEX. Mientras que los grupos de productos P09 Partes y Agregados para Montacargas, P11 Desechos Metálicos (de cobre, aluminio, ferrosos y no ferrosos), P19 Escobas (de mijo y otras) y P20 Comercio de Abarrotes (jabones, alimentos enlatados, café, frutas y legumbres y ron blanco) son exportados por apenas un 2% de las empresas ALTEX. Los grupos de productos P10 Equipo Agrícola (herramientas para cultivo, tractores, equipo agrícola en general), P12 Partes para TV (pantallas y partes pulidas para tv) y P16 Alfombras y Tapetes, son los que los exporta un menor número de empresas, apenas un uno por ciento de las empresas ALTEX. (Ver cuadro 4.5).

Analizando la distribución de las empresas por monto de exportaciones en el periodo 1990-1993, observamos que existen pocas empresas que exportan menos de 500 mil dólares anuales y en general, ha disminuído su número, pues en 1990 eran siete y ese número bajó a seis el siguiente año, en 1992 y 1993 solamente dos empresas exportaron menos de 500 mil dólares. (Ver cuadro 4.6).

CUADRO 4.5 DESTINO DE LOS PRODUCTOS DE LAS EMPRESAS ALTEX DE NUEVO LEÓN, 1993

LUGAR	TOTAL EMPRESAS	PRODUCTOS																				
		P01	P02	P03	P04	P05	P06	P07	P08	P09	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21
ESTADOS U.	77	6	4	5	4	14	5	5	5	2	1	2	1	7	3	4	1	5	5	2	2	7
	93.9	7.8	5.2	6.5	5.2	18.2	6.5	6.5	6.5	2.6	1.3	2.6	1.3	9.1	3.9	5.2	1.3	6.5	6.5	2.6	2.6	9.1
CANADA	27	3	1	4	3	4	2	3	2	0	0	0	0	1	1	0	1	3	1	2	0	3
	32.9	11.1	3.7	14.8	11.1	14.8	7.4	11.1	7.4					3.7	3.7	0.0	3.7	11.1	3.7	7.4		11.1
CENTROAMERICA	22	3	2	3	2	6	1	2	1	0	1	0	0	2	0	1	0	0	1	1	0	1
	26.8	13.6	9.1	13.6	9.1	27.3	4.5	9.1	4.5	4.5				9.1	4.5			4.5				4.5
SUDAMERICA	16	1	1	1	0	3	2	0	0	0	0	0	1	4	0	2	1	0	0	0	0	3
	19.5	6.3	6.3	6.3		18.8	12.5						6.3	25.0	12.5	6.3						18.8
EUROPA	21	1	2	1	1	3	0	1	1	0	0	0	1	3	0	2	1	3	1	1	1	1
	25.6	4.8	9.5	4.8	4.8	14.3	4.8	4.8	4.8				4.8	14.3	9.5	4.8	14.3	4.8	4.8	4.8	4.8	4.8
OTROS	16	2	0	1	0	3	0	0	0	0	0	0	1	4	0	1	1	3	1	0	0	0
	19.5	12.5		6.3		18.8							6.3	25.0	6.3	6.3	18.8	6.3				
TOTAL	82	6	4	6	5	14	5	5	5	2	1	2	1	8	3	4	2	6	5	2	3	8
	100.0	7.3	4.9	7.3	6.1	17.1	6.1	6.1	6.1	2.4	1.2	2.4	1.2	9.8	3.7	4.9	2.4	7.3	6.1	2.4	3.7	9.8

NOTA: El primer número se refiere al número de empresas ALTEX, y el segundo al porcentaje renglón el cual representa la participación de las empresas con el producto (P0...) en un destino determinado (Estados Unidos, etc.).  
 En la columna: Total de empresas, el porcentaje se obtiene considerando 82 empresas igual a cien por ciento, la mayoría de las empresas exportan a varias regiones.  
 Una misma empresa puede exportar uno o más grupos de productos.

FUENTE: Elaboración propia con datos de COMACEX Moreste, Directorio de Comercio Exterior de Nuevo León 1994.

CLAVE: P01=Vidrio y artículos de vidrio; P02=Artículos de porcelana; P03=Artículos de cerámica; P04=Arcilla y teja para piso; P05=Artículos de acero; P06=Partes para automóvil; P07=Artículos de Aluminio; P08=Muebles metálicos y de madera; P09=Partes y agregados para montacargas; P10=Equipo Agrícola; P11=Desechos metálicos; P12=Partes para TV; P13=Productos químicos inorgánicos; P14=Artículos de plástico y otros; P15=Fibras; P16=Alfombras y tapetes; P17=Frutas y legumbres; P18=Alimentos; P19=Escobas; P20=Comercio de abarrotes; y P21=Otros.

Aproximadamente 20 empresas en los 4 años analizados exportan menos de dos millones de dólares anuales: En 1990 eran 20 y el año siguiente 21, en 1992 eran 16, estas empresas de acuerdo al decreto que reforma las normas de funcionamiento de las empresas ALTEX publicado el 17 de mayo de 1991 en el Diario Oficial, para mantener su registro como empresa ALTEX por lo menos deben estar exportando el 40% de sus ventas. Las empresas que exportan entre dos y cinco millones de dólares fueron 16 en 1991 y 17 en el siguiente año, en 1992 ese número bajó a 12, para 1993 cae aún más hasta nueve (aunque en este año todavía no reportaban un buen número de empresas sus exportaciones en febrero de 1994, Secofi México). El número de empresas que exporta entre cinco y diez millones de dólares es similar al comportamiento de la categoría descrita arriba.

De las seis categorías presentadas resalta la mayor concentración de las empresas ubicadas en el rango entre 10 y 50 millones de dólares exportados anualmente: en 1990 eran 18 empresas, 19 en 1991 y 22 para el siguiente año, aunque en 1993 ese número se vuelve a situar en 18 (una razón, sin duda, es la señalada con anterioridad: un número considerable de empresas no habían reportado sus exportaciones en febrero de 1994). En la categoría de más de 50 millones de dólares se encuentran cinco, siete y seis empresas en los años 1990, 1991 y 1992, aunque en 1993 solamente tres empresas reportan exportaciones anuales superiores a los 50 millones de dólares cada una, los dos últimos grupos concentran un alto número de empresas ALTEX: 23, 26, 28 y 21 para los años 1990, 1991, 1992 y

1993 respectivamente. (Ver cuadro 4.6 y gráfica 4.1).

Analizando la distribución de las empresas por subsectores y monto de exportaciones encontramos que en el subsector 38 (Productos metálicos maquinaria y equipo) por lo menos dos empresas reportaron exportaciones anuales superiores a los 50 millones de dólares en los últimos cuatro años. En los subsectores 31 (Productos alimenticios, bebidas y tabaco), 32 (Textiles, prendas de vestir e industria del cuero), 36 (Productos minerales no metálicos) y 37 (Industrias metálicas básicas) por lo menos una empresa reportó exportaciones superiores a los 50 millones de dólares. En los subsectores que se concentran un gran número de empresas ALTEX 35 (Sustancias químicas, productos derivados del petróleo y del carbón, de hule y de plástico), y en los subsectores 36, 37 y 38, la mayoría de las empresas reportaron exportaciones anuales entre 10 y 50 millones de dólares. Mientras que en los subsectores con menos participación de empresas ALTEX en el 33 (Industria de la madera y productos de madera) y el 39 (Otras industrias manufactureras), una y dos empresas respectivamente, reportaron (sólo para algunos años) exportaciones por menos de dos millones de dólares. (Ver cuadro 4.6).

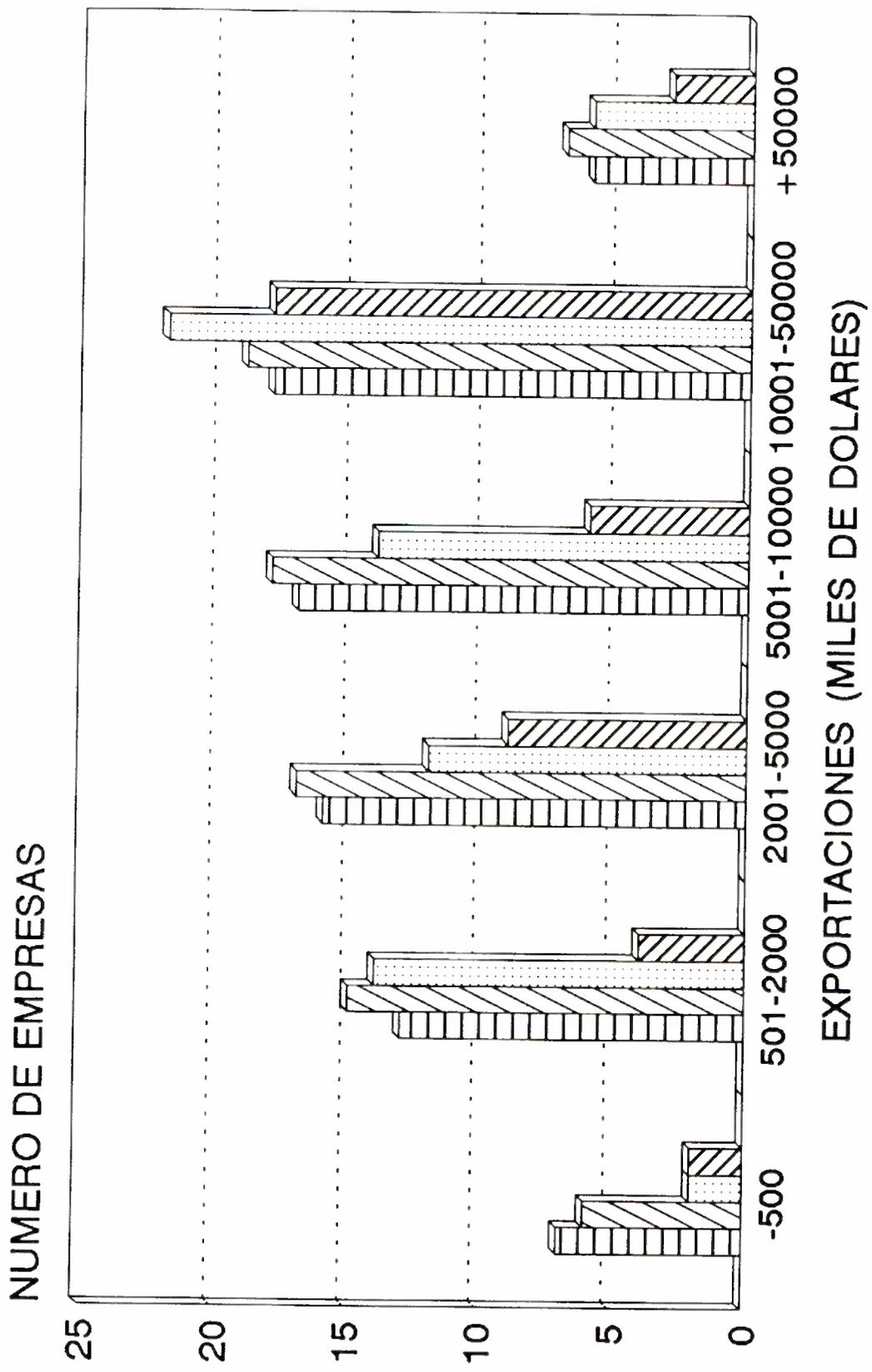
CUADRO 4.6 DISTRIBUCION DE LAS EMPRESAS ALTEX POR SUBSECTOR Y MONTO DE EXPORTACIONES 1990-1993.

SUBSECTOR	AÑO	MONTO DE EXPORTACIONES (EN MILES DE DOLARES)							EMPRESAS	
		0	-500	501-2000	2001-5000	5001-10000	10001-50000	+50000	NUMERO	%
31	1990	5	0	1	1	0	1	1	9	9.2
	1991	2		2	2	1	1	1		
	1992	2		1	3	1	1	1		
	1993	5			1	1	1	1		
32	1990	2	0	0	2	0	1	1	6	6.1
	1991	1			2	1	2			
	1992	2			2		1	1		
	1993	4			2					
33	1990	0	1	0	0	0	0	0	1	1.0
	1991	1								
	1992		1							
	1993	1								
35	1990	0	1	1	2	3	3	0	10	10.2
	1991				4	3	3			
	1992	2			1	4	3			
	1993	2			2	2	4			
36	1990	3	0	2	2	3	2	1	13	13.3
	1991	1	1	2		4	3	2		
	1992	3		2		2	5	1		
	1993	6	1			1	5			
37	1990	4	0	2	2	4	3	0	15	15.3
	1991	2	1	3	3	2	3	1		
	1992	3	1	1	3	3	3	1		
	1993	8	1		1		5			
38	1990	2	0	4	3	3	7	2	21	21.4
	1991	1		3	3	6	5	3		
	1992	2		5	3	2	7	2		
	1993	12		2	2	1	2	2		
39	1990	1	0	1	0	0	0	0	2	2.0
	1991			2						
	1992	2								
	1993	2								
61	1990	1	2	0	0	1	1	0	5	5.1
	1991	3		1			1			
	1992	3		1			1			
	1993	3			1		1			
99	1990	4	3	2	4	3	0	0	16	16.3
	1991	5	4	2	3	1	1			
	1992	9		4		2	1			
	1993	13		2		1				
TOTAL	1990	22	7	13	16	17	18	5	98	100
	1991	16	6	15	17	18	19	7		
	1992	28	2	14	12	14	22	6		
	1993	56	2	4	9	6	18	3		
POR CIENTO		22.4	7.1	13.3	16.3	17.3	18.4	5.1	100.0	
		16.3	6.1	15.3	17.3	18.4	19.4	7.1		
		28.6	2.0	14.3	12.2	14.3	22.4	6.1		
		57.1	2.0	4.1	9.2	6.1	18.4	3.1		

NOTAS: En la columna monto de exportaciones igual a cero los datos de las empresas corresponden al número de empresas que no reportó sus operaciones de comercio exterior a Secofi. Esto no implica necesariamente que en este periodo no hayan realizado exportaciones.

FUENTE: Elaborado en base a datos de la Dirección General de Programas de Fomento a la Exportación, SECOFI, México. 1994.

# 4.1 DISTRIBUCION DE LAS EMPRESAS ALTEX DE NUEVO LEON, 1990-1993 (POR EL MONTO DE EXPORTACIONES 1990-1993)



FUENTE: Elaboración propia, en base al cuadro 4.6

Al analizar la variación porcentual de las exportaciones por subsectores de las empresas ALTEX en los años 1990, 1991 y 1992, observamos que las exportaciones de los subsectores 37 y 32 registraron una disminución del 16 y 9%, respectivamente, en 1991 respecto a las del año anterior, y aunque para el siguiente año el monto de las exportaciones de esos subsectores crecen, no alcanzan los niveles que registraron en 1990. Las exportaciones del subsector 36 aumentaron 13 por ciento en 1991 respecto de las registradas en 1990, aunque para 1992 registraron una ligera disminución (de cuatro puntos porcentuales). En el resto de los subsectores (31, 35, 38, 61 y los no especificados) registraron un aumento de las exportaciones de más del 10 por ciento en el periodo analizado (1990-1992), el subsector 38 registró un aumento acumulado de más del 30 por ciento en sus exportaciones, y los subsectores más dinámicos fueron el 61 y el no identificados los cuales registraron un aumento de sus exportaciones de más del 90 y 130% respectivamente, cabe mencionar que en estos subsectores participa un reducido número de empresas (7) y son los que tienen los menores valores absolutos de las exportaciones. (Ver cuadro 4.7).

En conjunto las exportaciones de las empresas ALTEX en 1991 fueron 11% superiores a las registradas en 1990, y para 1992 crecieron un 9.5% respecto del año de 1991. Comparando el promedio ALTEX Nuevo León con el promedio nacional, tenemos que el incremento de las exportaciones de las empresas ALTEX es menor al incremento promedio nacional que tuvieron las exportaciones de manufacturas

(incluyendo la industria maquiladora) reportado por INEGI de 12% en el periodo 1991 y 1992. (Ver cuadro 4.7 y gráfica 4.2).

**CUADRO 4.7 EXPORTACIONES Y SALDO COMERCIAL DE LAS EMPRESAS ALTEX DE NUEVO LEON: 1990-1992**  
(en miles de dólares)

SUBSECTOR	EMPRESAS		EXPORTACIONES			SALDO COMERCIAL			VARIACION PORCENTUAL ANUAL					
	NUM.	%	1990	1991	1992	1990	1991	1992	EXPORTACIONES	SALDO COMERCIAL	1990-91	1991-92	1990-91	1991-92
31	4	6.9	124468	139581	139965	82481	71664	61220	12.1	0.3	-13.1	-14.6		
32	4	6.9	84466	76902	82921	43843	32868	12631	-9.0	7.8	-25.0	-61.6		
35	8	13.8	87616	91411	98505	48490	10471	-15038	4.3	7.8	-78.4	-243.6		
36	8	13.8	129941	147175	140786	68038	69623	79382	13.3	-4.3	2.3	14.0		
37	10	17.2	100755	84323	93501	17903	-56562	-52460	-16.3	10.9	-415.9	-7.3		
38	17	29.3	368409	442069	496584	26946	63903	46366	20.0	12.3	137.2	-27.4		
61	2	3.4	18739	23559	38942	18725	23467	36849	25.7	65.3	25.3	57.0		
N.E.	5	8.6	13366	24761	36087	-1344	2048	5591	85.3	45.7	-252.4	173.0		
ALTEX N.L.	58	100.0	927760	1029781	1127291	305082	217482	174541	11.0	9.5	-28.7	-19.7		
NAL. MANUF			14861.2	32307.2	36168.8				117.4	12.0				

NOTAS: El periodo analizado excluye 1993 ya que para este año un número considerable de empresas ALTEX aún no reportaban sus operaciones de comercio exterior a SECOFI México en febrero de 1994.

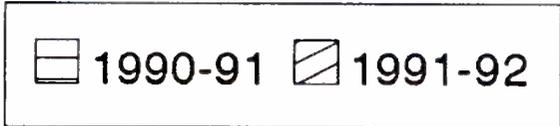
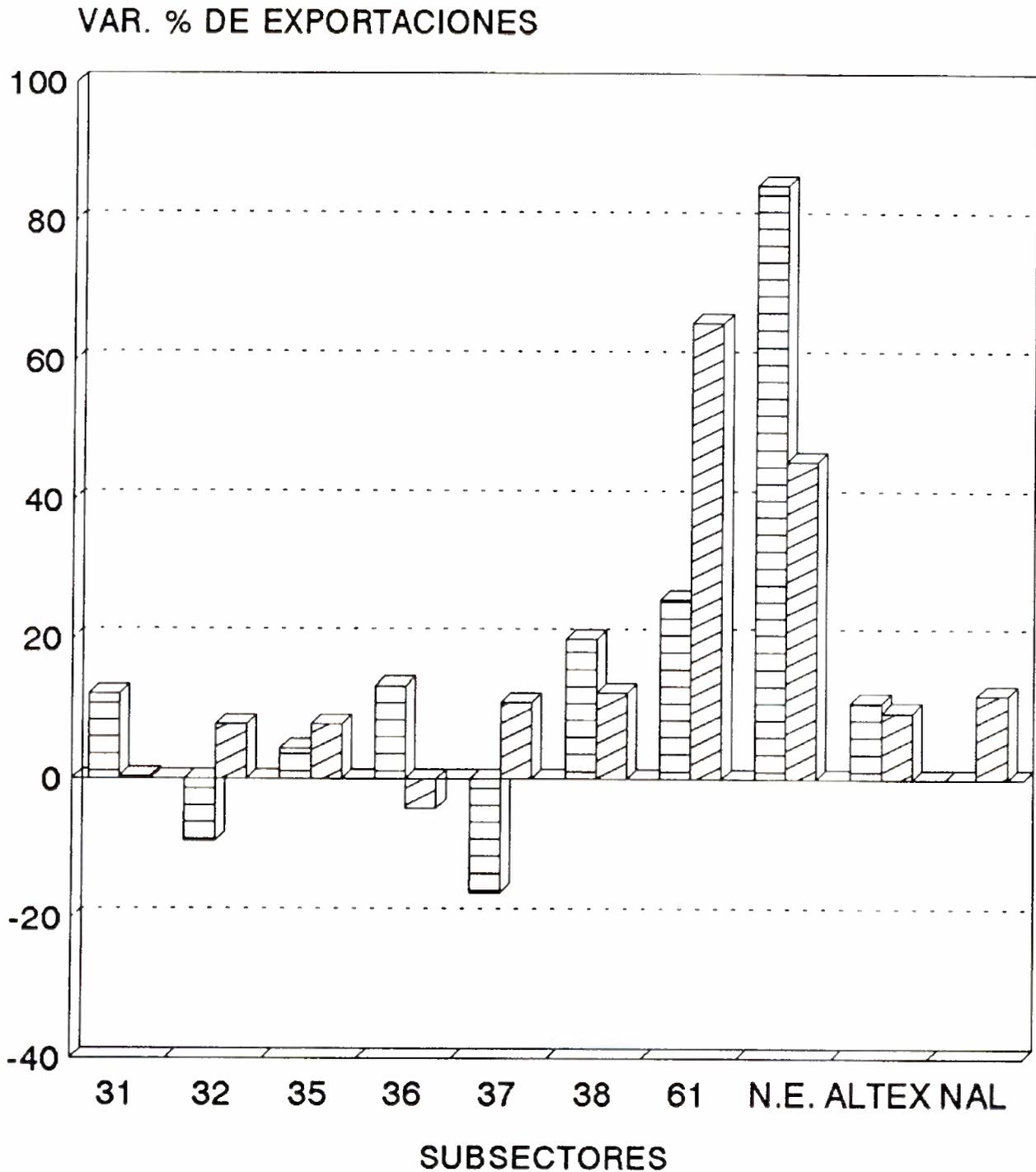
N.E.: No especificado.

Las exportaciones manufactureras nacionales son en millones de dólares (INEGI 1994), a partir de 1991 se incluyen las exportaciones de la industria maquiladora.

FUENTE: Elaboración propia con datos de la Dirección General de Programas de Fomento a la Exportación, SECOFI, México, 1994.

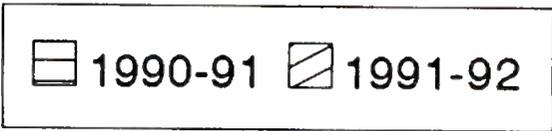
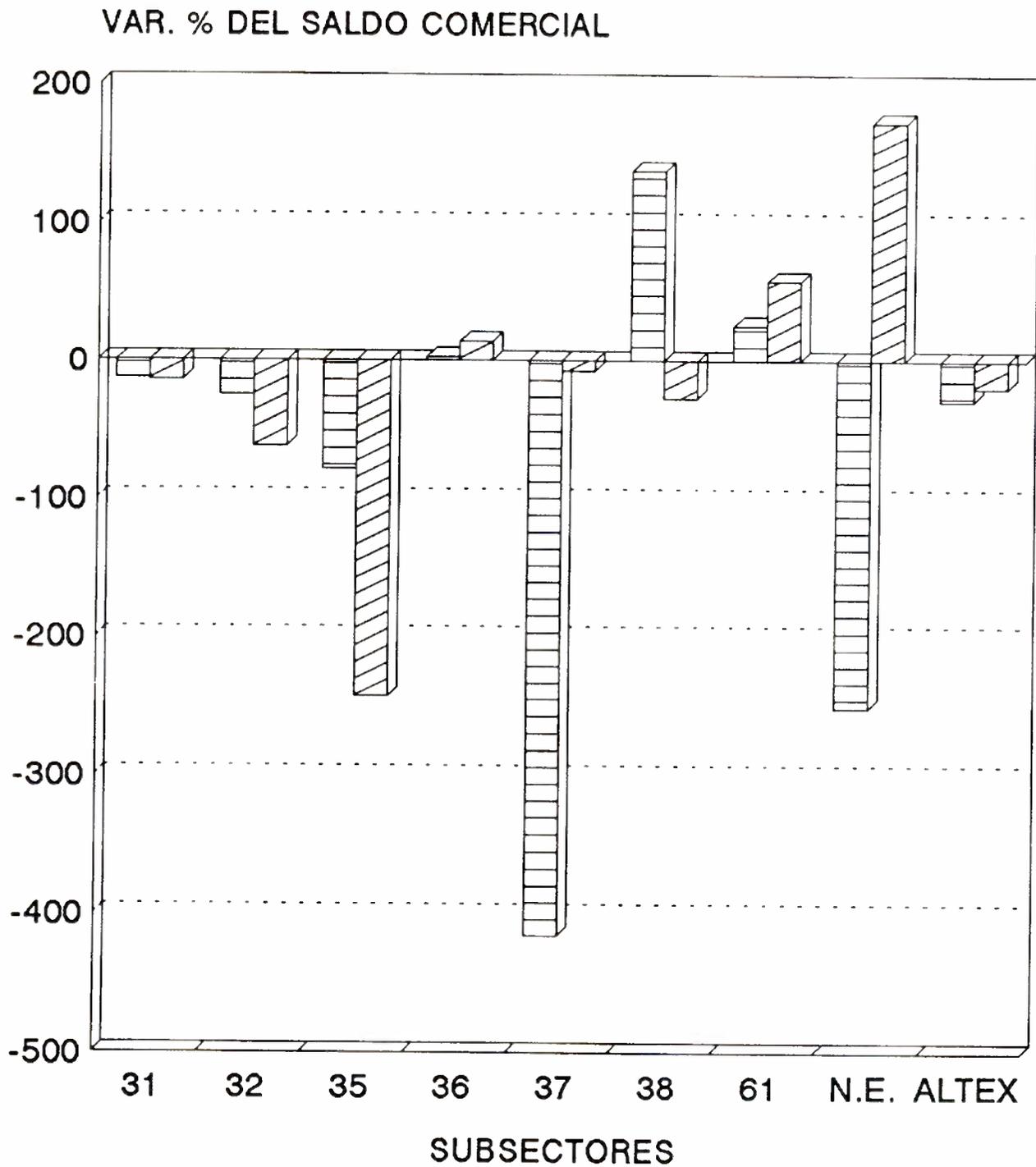
Al analizar el saldo comercial de las empresas ALTEX en el periodo 1990-1992 encontramos que en general en 1992 el saldo comercial de 174 millones de dólares fue menor en más del 45% del saldo registrado en 1990. Los subsectores 61 (Comercio al por mayor), 36 (Productos minerales no metálicos) y las empresas ubicadas en el grupo de subsector no identificado fueron los únicos que registraron un aumento en el saldo comercial de más de un 80 y 15 por ciento en los dos primeros, y el de las empresas de subsector no identificado pasó de negativo a positivo (de menos 1.3 millones de dólares a más de 5.5 millones de dólares, un aumento superior al 300% en el periodo de 1990 a 1992). (Ver cuadro 4.7 y gráfica 4.3).

## 4.2 VARIACION DE EXPORTACIONES DE LAS EMPRESAS ALTEX DE NUEVO LEON (1990-91 Y 1991-92)



NOTAS: N.E.= Sector no especificado; NAL= Promedio Nacional  
 FUENTE: Elaboración propia, en base al cuadro 4.7

### 4.3 VARIACION DEL SALDO COMERCIAL DE EMPRESAS ALTEX DE NUEVO LEON (1990-91 Y 1991-92)



NOTA: N.E.= Se refiere a las empresas de sector No especificado.  
FUENTE: Elaboración propia, en base al cuadro 4.7

A partir de una muestra de 42 empresas y analizando la distribución de las empresas ALTEX por el porcentaje de sus ventas destinadas a la exportación (ver cuadro 4.8), encontramos que el 21% (nueve empresas) destina menos del 40% de sus ventas a la exportación, con exportaciones promedio de 37.5 millones de nuevos pesos (muy superiores a los 2 millones de dólares anuales). Además, esas nueve empresas tienen exportaciones de 337.5 millones de nuevos pesos, las cuales representan el 19% de las exportaciones del total de empresas (42) y el valor de las ventas totales es de casi 3,500 millones de nuevos pesos, aproximadamente el 64% de las ventas totales de la muestra. Estos elementos permiten plantear que existe un reducido número de empresas ALTEX que destinan menos del 40% de sus ventas totales a la exportación pero, por el tamaño promedio de sus ventas anuales de 385.7 millones de nuevos pesos, son empresas grandes con una gran capacidad de producción.

Las empresas que exportan entre el 41 y el 60% de sus ventas totales representan el 17% de un total de 42. Estas empresas exportan 375.6 millones de nuevos pesos, los cuales representan el 21% del total de exportaciones del grupo, mientras que el monto de ventas totales de 716 millones de nuevos pesos representa apenas el 13%. Otro 17% de empresas ALTEX (siete) exporta entre un 61 y un 80% de sus ventas totales. Esas exportaciones (165.9 millones de nuevos pesos) representan el 9% del total del grupo. Además, esas siete empresas registraron ventas totales por 211 millones de nuevos pesos, apenas el 4% del total de las ventas

registradas por el grupo de 42 empresas. (Ver cuadro 4.8).

En la categoría de empresas que destinan entre un 81 y un 100% de sus ventas totales a la exportación se concentra un alto número de empresas, 19 (el 45%). Esas 19 empresas reportaron exportaciones por 938 millones de nuevos pesos los cuales representan el 52% de las exportaciones del grupo, mientras que las ventas totales registradas fueron ligeramente mayores (986.8 millones de nuevos pesos), las cuales representan apenas el 18% de las ventas de la muestra de 42 empresas. Al desagregar más esta categoría en las empresas que destinan entre el 81 y el 90% y entre 91 y el 100% de sus ventas totales a la exportación, encontramos que, en la primer subcategoría se ubican seis empresas (el 32% de la categoría de las empresas que destinan entre el 81-100% de sus ventas a la exportación). Esas empresas exportan cerca de 86.6 millones de nuevos pesos y sus ventas totales ascienden a 101.6 millones de nuevos pesos. En la subcategoría de las empresas que exportan entre el 91 y el 100% de sus ventas totales se encuentra un número considerable de empresas ALTEX, 13, esas representan el 68% de las empresas que exportan entre un 81 y un 100% de sus ventas. Las exportaciones de las 13 empresas ascienden a 851.5 millones de nuevos pesos y sus ventas totales, ligeramente superiores, son de 885.2 millones de nuevos pesos. El promedio de ventas de las empresas que exportan entre un 91 y un 100% de sus ventas totales es de poco más de 68 millones de nuevos pesos. En este sentido, podemos plantear que, comparando con aquellas empresas que exportan menos del 40% de sus ventas, las cuales tienen ventas

anuales promedio de 385.7 millones de pesos, las empresas que exportan entre un 91 y un 100% son de menor tamaño. (Ver cuadro 4.8).

**CUADRO 4.8 DISTRIBUCION DE LAS EMPRESAS ALTEX POR EL PORCENTAJE DE SUS VENTAS DESTINADAS A LA EXPORTACION**  
(Ventas y Exportaciones en miles de nuevos pesos)

PORCENTAJE DE EXPORTACIONES	EMPRESAS		EXPORTACIONES		VENTAS TOTALES		% DE VENTAS EXPORTADAS
	NUMERO	%	MONTO	%	MONTO	%	
Menos de 40%	9	21	337505	19	3471069	64	9.7
41-60%	7	17	375684	21	716217	13	52.5
61-80%	7	17	165908	9	211312	4	78.5
81-100%	19	45	938082	52	986863	18	95.1
81-90%	6	32	86578	9	101632	10	85.2
91-100%	13	68	851504	91	885231	90	96.2
<b>TOTAL:</b>	<b>42</b>	<b>100</b>	<b>1817179</b>	<b>100</b>	<b>5385461</b>	<b>100</b>	<b>33.7</b>

NOTA: Datos reportados por 42 empresas ALTEX para el año de 1993.

FUENTE: Elaboración propia, en base a datos de SECOFI Nuevo León, 1994.

Por otro lado, al analizar el porcentaje de las ventas totales que se destinan a la exportación encontramos que aquellas empresas ALTEX que exportan hasta un 40% de sus ventas (nueve) en promedio destinan apenas un 9.7% de sus ventas totales a la exportación (este promedio debe tomarse con reserva dado que existen grandes empresas que destinan un pequeño porcentaje de sus ventas a la exportación, particularmente en la muestra existe solamente una empresa que destina menos del 10% de sus ventas a la exportación, esta empresa baja el promedio de las que exportan 40% o menos de sus ventas). Al comparar este dato con el porcentaje promedio de ventas destinadas a la exportación de las 42 empresas ALTEX de 33.7%, y considerando además que el grupo mencionado, de apenas nueve empresas, concentra el 64% de las ventas totales de la muestra, podemos concluir que existen pocas grandes empresas ALTEX que destinan pequeños porcentajes de sus ventas

totales a la exportación y que tienen, además, una fuerte participación en el mercado extranjero en cuanto a valor de sus exportaciones. (Ver cuadro 4.8).

Si la muestra de 42 empresas ALTEX la desagregamos por el monto de sus exportaciones anuales (Ver cuadro 4.9), 14 empresas, el 33% de la muestra, exportan menos de dos millones de dólares, un promedio de 952.6 miles de dólares y en conjunto exportan apenas 13.3 millones de dólares, los cuales equivalen al dos por ciento de las exportaciones del total de la muestra, mientras que las ventas totales tienen una participación de apenas el uno por ciento con poco más de 17 millones de dólares. Un dato interesante de las 14 empresas ALTEX que exportan menos de dos millones de dólares es que, en conjunto, el porcentaje de ventas destinadas a la exportación es del 77.6%. Estas empresas, aunque son pequeñas, con ventas totales promedio de apenas un millón 227.7 miles de dólares, tienen un elevado porcentaje de sus ventas destinadas a la exportación (77.6) y todas cumplen fácilmente el requisito establecido en las reformas al decreto para el fomento y operación de las empresas altamente exportadoras publicadas en el Diario Oficial el 17 de mayo de 1991, las cuales señalan que los exportadores directos deben demostrar exportaciones anuales por un monto mínimo de dos millones de dólares o el 40% de sus ventas totales para poder registrarse y/o mantener su registro como empresa ALTEX y tener derecho y/o continuar con el derecho de aprovechar los apoyos e instrumentos de este programa.

**CUADRO 4.9 DISTRIBUCION DE LAS EMPRESAS ALTEX POR EL MONTO DE SUS EXPORTACIONES  
(Ventas y Exportaciones en miles de dólares)**

MONTO DE EXPORTACIONES	EMPRESAS		EXPORTACIONES		VENTAS TOTALES		% DE VENTAS EXPORTADAS
	NUMERO	%	MONTO	%	MONTO	%	
< 2 mill dls	14	33	13336	2	17188	1	77.6
2-5 " "	9	21	31088	5	59731	13	52.0
2-3 mill dls	2	22	5464	18	6810	11	80.2
5-10 mill dls	8	19	53485	9	166702	10	32.1
10-50 " "	9	21	206581	35	1135052	66	18.2
+50 " "	2	5	278762	48	349874	20	79.7
<b>TOTAL:</b>	<b>42</b>	<b>100</b>	<b>583252</b>	<b>100</b>	<b>1728547</b>	<b>100</b>	<b>33.7</b>

NOTAS: Datos reportados por 42 empresas ALTEX para el año de 1993.  
La agrupación de las empresas ALTEX por el monto de exportaciones se realizó considerando un Tipo de Cambio promedio de los tipos de cambio oficial y libre registrados en 1993 (\$3.1156/dls), reportado por el FMI en Estadísticas Financieras Internacionales, junio de 1994.  
FUENTE: Elaboración propia, en base a datos de SECOFI Nuevo León, 1994.

Las empresas ALTEX que exportan anualmente entre dos y cinco millones de dólares son el 21% de la muestra. Estas empresas tienen exportaciones por 31 millones de dólares, mientras que sus ventas totales son de 59.7 millones de dólares y en conjunto exportan el 52% de sus ventas. Analizando las empresas que exportan entre dos y tres millones de dólares encontramos que únicamente dos empresas caen en esta subcategoría. Estas dos empresas tienen exportaciones conjuntas por 5.4 millones de dólares y sus ventas totales ascienden a 6.8 millones de dólares, mientras que las exportaciones representan el 80% de sus ventas totales. En este sentido, las modificaciones al decreto para el fomento y operación de las empresas altamente exportadoras publicadas en el Diario Oficial el 17 de mayo de 1991 donde se establece que para mantener y/o obtener su registro como empresa ALTEX, el requisito del monto de las exportaciones anuales se reduce de tres a dos millones de dólares para exportadores directos o que exporten cuando menos el 40% de sus ventas. Esa reducción en el monto de exportaciones de tres a dos millones no significó

un aumento en el número de empresas ALTEX, ya que solamente dos empresas se encuentran en este rango y cumplen, con amplio margen, el requisito de exportar por lo menos el 40% de sus ventas totales.

Ocho empresas (19%) tienen exportaciones por un valor entre los cinco y los diez millones de dólares, en total sus exportaciones ascienden a 53 millones de dólares y sus ventas son de 166.7 millones de dólares por lo que sus ventas promedio destinadas a la exportación es del 32%. Otras nueve empresas (21%) tienen exportaciones por 206.8 millones de dólares, las cuales representan el 35% de las exportaciones del grupo, pero tienen ventas por 1,135 millones de dólares, las cuales equivalen al 66% de las ventas que tiene la muestra de 42 empresas. Estas nueve empresas destinan el 18% de sus ventas a la exportación. Solamente dos empresas ALTEX (el cinco por ciento) tienen exportaciones por más de 50 millones de dólares, las exportaciones de éstas, 278.7 millones de dólares, representan el 48% de las exportaciones totales del grupo, mientras que en ventas totales registran cerca de 350 millones de dólares, los cuales equivalen a apenas el 20% de las ventas totales de la muestra. Esas dos empresas destinan cerca del 80% de sus ventas a la exportación. (Ver cuadro 4.9).

Una conclusión relevante del cuadro 4.9 es que, mientras existe un alto número de empresas con exportaciones por menos de dos millones de dólares (14, que representan el 33% de la muestra) con exportaciones promedio menores a un millón

de dólares (0.9526) y las cuales destinan un alto porcentaje de sus ventas a la exportación (77.6%), existen otras (solamente dos empresas, el cinco por ciento de la muestra), que registran fuertes exportaciones de más de 278 millones de dólares en conjunto. Estos representan casi la mitad (el 48%) de las exportaciones totales de la muestra, pero además, estas dos empresas destinan un alto porcentaje de sus ventas a la exportación, aproximadamente el 80%.

Hasta ahora hemos visto la distribución de las empresas ALTEX en los diferentes subsectores de la economía, la diversidad de productos exportados así como el destino, estructura de las exportaciones de las empresas ALTEX por el monto y por el porcentaje de sus ventas destinadas al mercado mundial. Pero también es importante conocer los puntos de vista de los empresarios sobre el funcionamiento del programa ALTEX, el análisis realizado hasta aquí no indica esto, por ello es importante este acercamiento "en vivo".

## IV.2 PERCEPCIONES EMPRESARIALES SOBRE EL PROGRAMA ALTEX EN NUEVO LEON

Vimos como las modificaciones al programa ALTEX extendieron los beneficios a un mayor número de empresas exportadoras que tienen exportaciones menores a los dos millones de dólares anuales. Ahora presentamos el análisis de la importancia que otorgan las grandes empresas exportadoras a los incentivos del programa ALTEX en su desempeño como exportadoras. Aunque el siguiente análisis corresponde a un reducido número de empresas, los resultados obtenidos, además de interesantes y relevantes, permiten complementar el análisis precedente del programa.

En este apartado se presentan los resultados de la muestra: Las grandes empresas ALTEX. La muestra se limitó a seleccionar 19 de las grandes exportadoras, los criterios de selección fueron: Que en 1993 hubieran registrado exportaciones por más de 10 millones de dólares, y segundo, que tuvieran participación en el mercado extranjero en los últimos años. El análisis aquí expuesto corresponde a la respuesta obtenida de aproximadamente el 60% de la muestra (11 empresas). Estas empresas tienen una considerable participación dentro de las exportaciones e importaciones totales de las empresas ALTEX de Nuevo León con el 43% y el 53% respectivamente para el año de 1993<sup>12</sup>.

---

<sup>12</sup>Las exportaciones de este grupo de empresas representaron el 31, 27 y 27% de las exportaciones totales de las empresas ALTEX de Nuevo León para los años 1990, 1991 y 1992 respectivamente, mientras que sus importaciones representaron

### **Características generales de las empresas ALTEX**

En lo que respecta a las características de las empresas tenemos que la mayoría son empresas consolidadas, con una gran antigüedad. Solamente dos empresas se establecen a mediados de la década de 1980, por lo que, en general, más que desarrollo y consolidación de nuevas empresas exportadoras, el programa ALTEX está dirigido a brindar apoyo a las grandes empresas que han registrado una presencia considerable en los mercados extranjeros.

Analizando el tamaño de las empresas por el número de empleos tenemos que el 64% tiene más de mil empleos, el 18% tiene entre 500 y 1000 empleos, mientras que el restante 18% tiene menos de 250 empleados.

El capital social con que cuentan es, en el 82%, de las empresas, superior a los 500 mil nuevos pesos, en el nueve por ciento entre 200 y 500 mil nuevos pesos y en el nueve por ciento restante se encuentra entre 50 y 100 mil nuevos pesos. En el 73% de las empresas el capital social es nacional, en el 18% es extranjero y en el nueve por ciento es mayoritariamente nacional.

Por lo que respecta al porcentaje de ventas destinadas a la exportación, existe una distribución más o menos homogénea, por ejemplo, el 18% de las empresas

---

el 31, 33 y 37% en el mismo periodo.

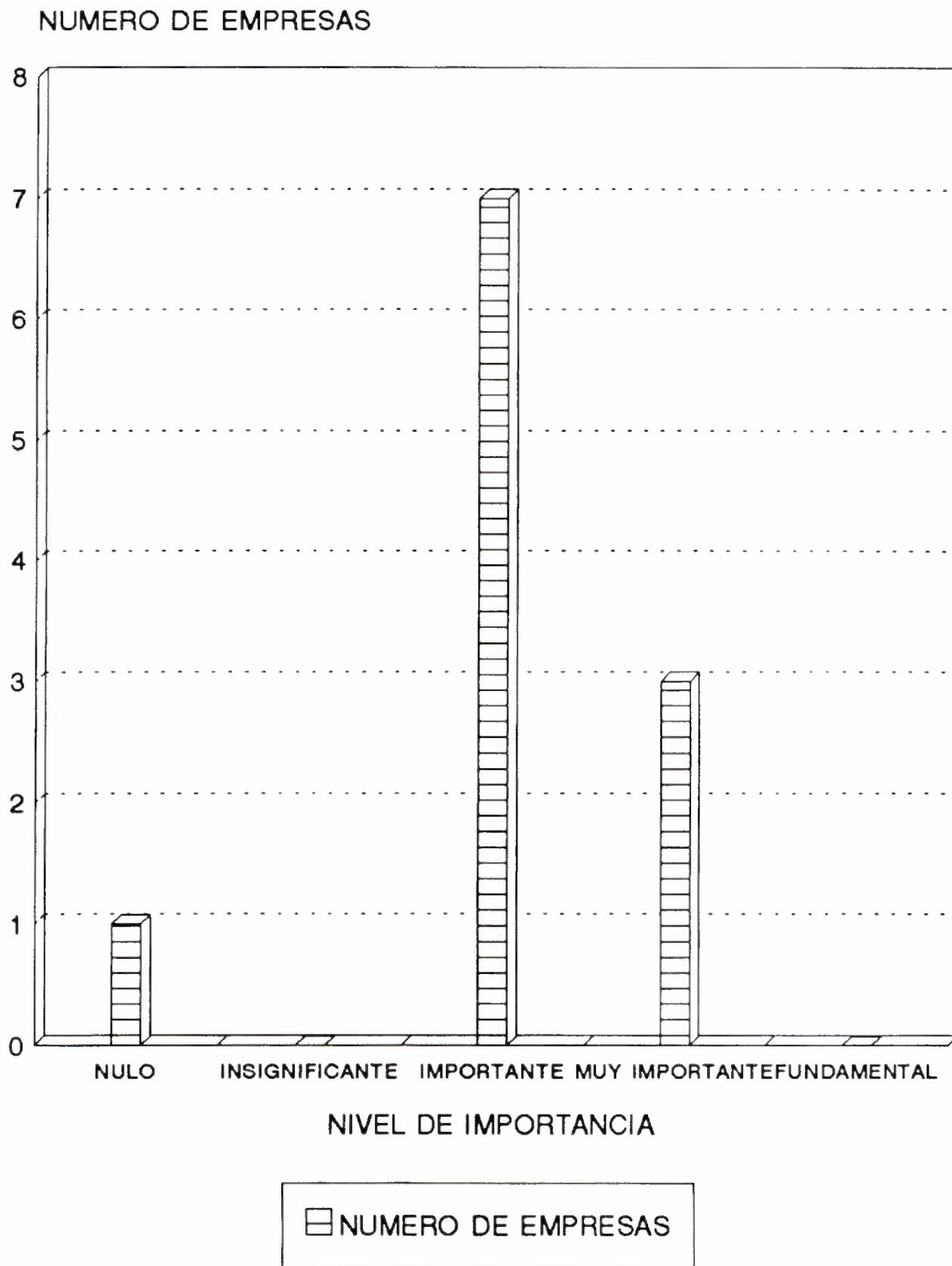
destina menos del 10% de sus ventas a la exportación, otro 18% destina entre el 15 y el 25%, un 27% destina aproximadamente el 50% de sus ventas a la exportación, mientras que el 36% restante destinan más del 50%. Al analizar el comportamiento registrado en el periodo 1990-1993 observamos que en el 45% de las empresas la participación en el mercado extranjero ha ido disminuyendo mientras que en otro 45% ha ido en aumento y solamente el 10% se ha mantenido sin ninguna tendencia palpable. De las empresas que destinan cada vez menor porcentaje de sus ventas a la exportación, solamente en el 20% de ellas disminuye ligeramente sus ventas totales, mientras que el resto de las empresas aumentó su participación en el mercado nacional.

### **Percepciones sobre el programa ALTEX**

La inmensa mayoría de los directivos de las empresas consideran que el programa ALTEX, en el desempeño exportador de las empresas, es importante (64% de las empresas) y muy importante (27% de las empresas). Solamente el nueve por ciento de los directivos consideran que el programa ALTEX no significa apoyo alguno en el desempeño exportador de la empresa, cabe mencionar que este nueve por ciento se ubica en el sector automotriz. (Ver gráfica 4.4).

En lo relativo al grado de cumplimiento de los grandes objetivos planteados en

4.4 IMPORTANCIA DEL PROGRAMA ALTEX EN EL DESEMPEÑO EXPORTADOR, 1994  
(SEGUN GRANDES EXPORTADORAS SELECCIONADAS)



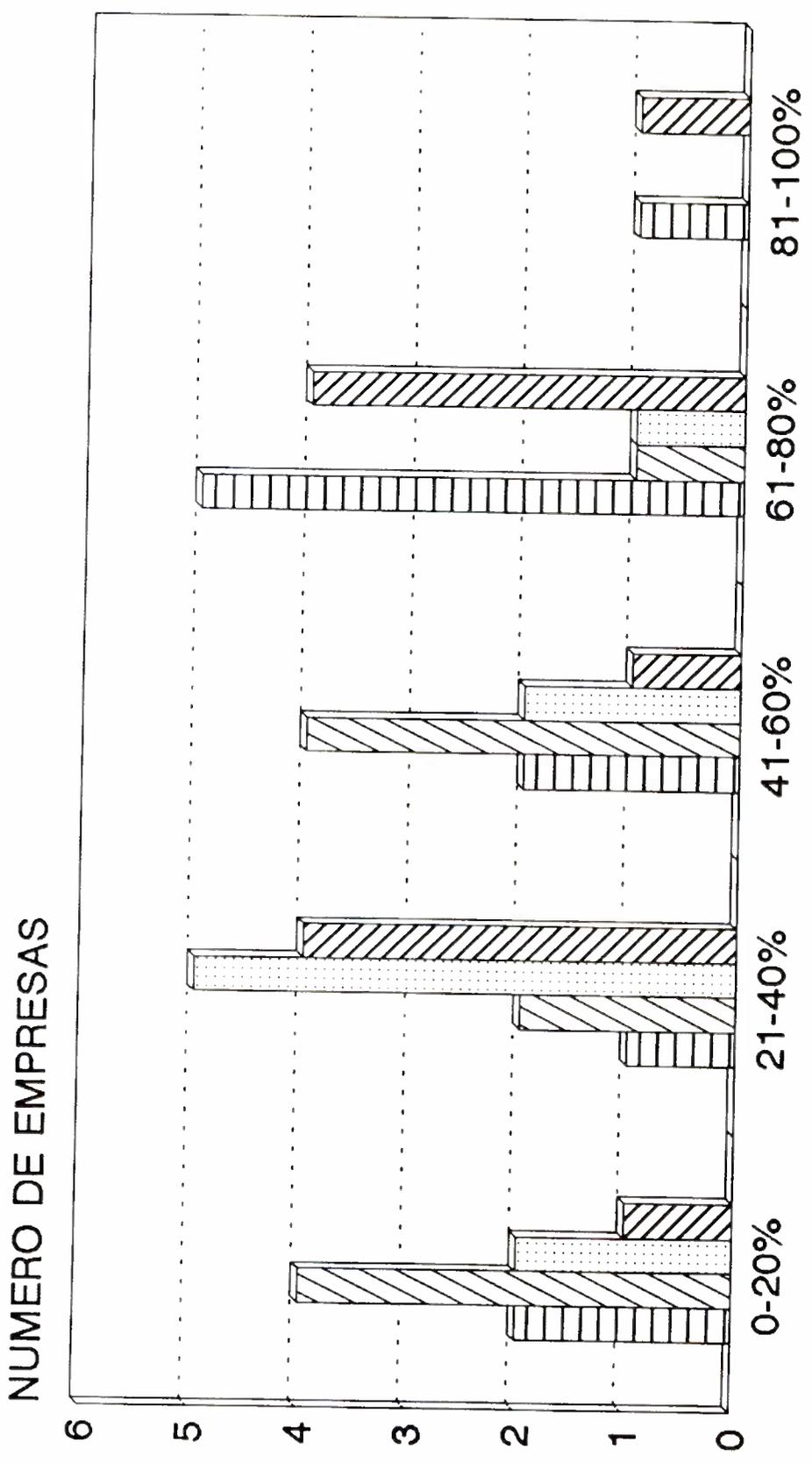
FUENTE: Investigación directa y propia del autor

el programa, el objetivo número uno "Coordinar acciones a fin de eliminar trabas y restricciones a la exportación" es el que se ha cumplido de la mejor manera, más de la mitad de las empresas consideran que este objetivo se ha cumplido entre un 60 y un 80%. El objetivo número dos, "Intensificar la penetración de los productos mexicanos en el extranjero", se ha cumplido en menos del 20%, considera el 36% de los empresarios, mientras que otro 36% plantea que se ha cumplido entre un 40 y un 60%. El tercer objetivo, "Coordinar acciones de promoción con las empresas que generan mayores ingresos de divisas", tiene un nivel de cumplimiento insignificante pues se ha llevado a cabo entre un 20 y un 40%, consideran el 45% de los directivos de las empresas ALTEX. Ese objetivo, junto con el objetivo número dos, es el que menos se ha cumplido. El objetivo de "Otorgar mayores apoyos a la exportación" se ha cumplido entre un 20 y un 40% según consideran el 45% de los empresarios, mientras que para otro 45% se ha cumplido entre 60 y un 80%. (Ver gráfica 4.5).

Evaluando la importancia en conjunto que tiene el aprovechamiento de los instrumentos y apoyos ALTEX por parte de las empresas, tres cuartas partes de ellas consideran que han sido importantes, un 18% cataloga como muy importantes, y el nueve por ciento restante los refiere como fundamentales para la empresa.

Al analizar de manera desagregada el grado de aprovechamiento de los instrumentos y apoyos del programa ALTEX, el instrumento de "Autorización automática de dos años para importaciones de depósito fiscal" es el que menos se ha

## 4.5 CUMPLIMIENTO DE LOS OBJETIVOS DEL PROGRAMA ALTEX, 1994 (SEGUN GRANDES EXPORTADORAS SELECCIONADAS)



NIVEL DE CUMPLIMIENTO DE LOS OBJETIVOS

- COORD. ACCIONES
- INTENSIFICAR EXPORTAC.
- ACCIONES DE PROMOCION
- MAYORES APOYOS

FUENTE: Investigación directa y propia del autor

cumplido. El 64% de los directivos de las empresas consideran que se ha alcanzado en menos del 20%. A diferencia del apoyo único del cual gozan exclusivamente las empresas ALTEX "Devolución inmediata del saldo del IVA a favor", donde el 36% de las empresas lo han aprovechado entre un 80 y un 100%, otro 36% de las empresas lo han gozado entre un 40 y un 80%, y el 27% restante de las empresas consideran que lo han aprovechado en menos del 20%. Aunque este instrumento se aprovecha en buena medida, existen ciertas discrepancias en el nivel de aprovechamiento por parte de las empresas, esto puede deberse a la existencia de ciertos factores que influyen en la celeridad de los apoyos que brinda el programa ALTEX, como señalamos anteriormente (cap. I) el monto de las exportaciones y la región o delegación de Secofi donde se realizan los trámites para gozar de los beneficios del programa ALTEX. (Ver gráfica 4.6).

El instrumento "Mayor cobertura de financiamiento" ha sido aprovechado por la tercera parte de las empresas entre un 80 y un 100%, otra tercera parte considera que lo han utilizado entre un 60 y un 80%, mientras que un 27% considera que lo ha hecho en menos del 20%. En lo relativo al apoyo de "Sistema simplificado de despacho aduanero", el 36% de las empresas lo ha aprovechado en menos del 20%, otro 27% lo ha utilizado entre un 20 y un 40%, mientras que solamente el 36% de las empresas lo ha aprovechado entre un 40 y un 80%. (Ver gráfica 4.6)

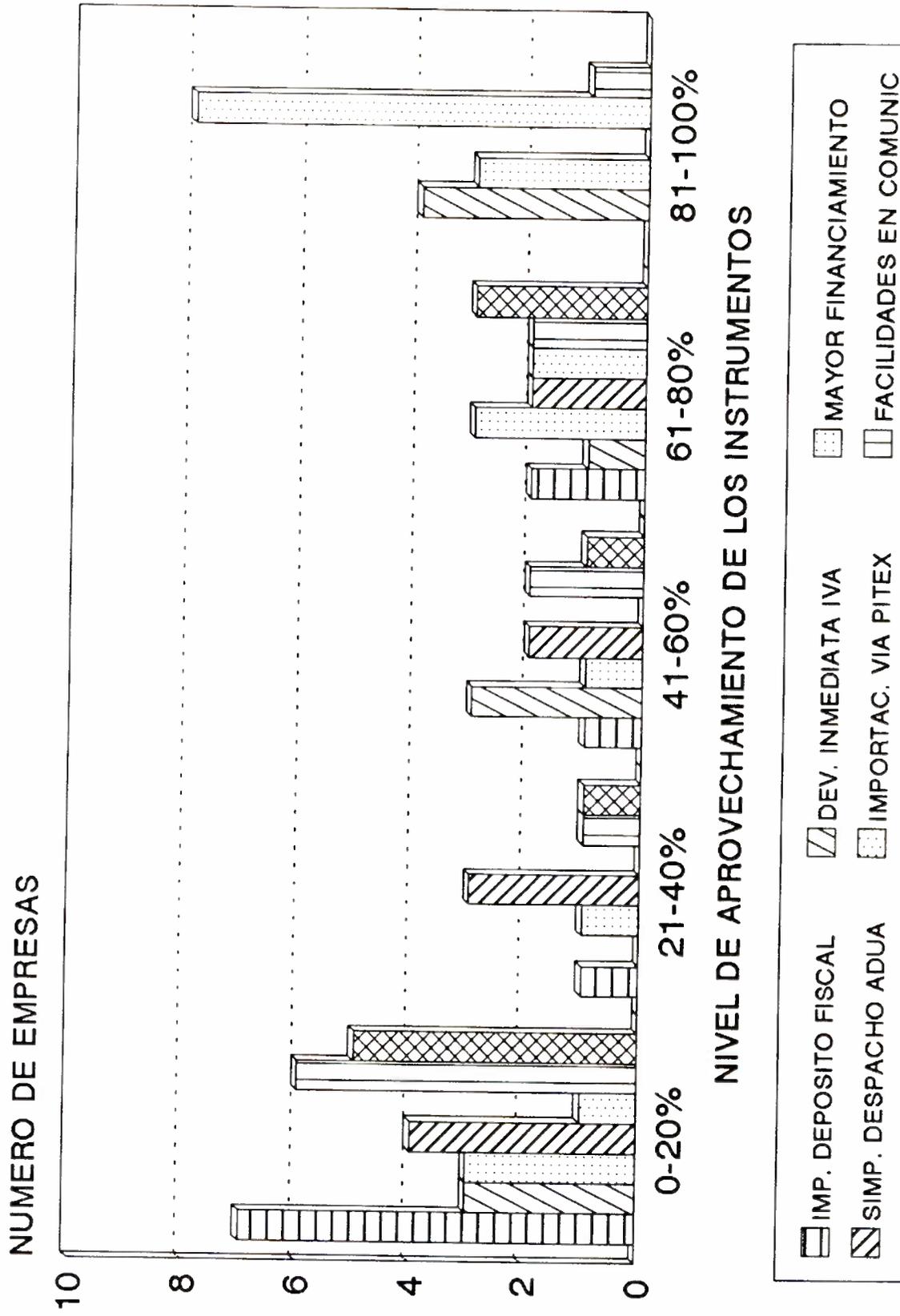
El apoyo que más se ha usado es el de "Importaciones temporales vía PITEX",

el 73% de las empresas lo aprovechan entre un 80 y un 100% y otro 18% entre un 60 y un 80%. Esto es muy revelador por las implicaciones de política que tiene, mientras que en opinión de los funcionarios de Secofi el único incentivo que buscan las empresas ALTEX es el de devolución inmediata del saldo a favor del IVA, de todos los instrumentos planteados en el programa ALTEX, el instrumento que mejor aprovechan las empresas ALTEX, es precisamente, uno de los instrumentos que se han generalizado a la totalidad de las empresas exportadoras: Las importaciones temporales vía Pitex. (Ver gráfica 4.6).

Otro instrumento que se ha aprovechado muy poco es el de "Facilidades en materia de comunicaciones, transportes, etc." Poco más de la mitad de las empresas lo ha utilizado en menos de un 20% y el 36% de las empresas considera que lo ha aprovechado entre un 40 y un 80%. El apoyo de "Ventanilla única para resolver problemas o asuntos alusivos" se ha aprovechado en menos de un 20% por el 45% de las empresas, mientras que otro 27% consideran que ese instrumento lo han empleado entre un 60 y un 80%, el 18% lo han usado entre un 20 y un 60% y solamente el nueve por ciento de las empresas consideran que lo han utilizado entre un 80 y un 100%. (Ver gráfica 4.6).

A la interrogante de cuáles son los motivos por los que consideran que algunas empresas no aprovechan los beneficios ALTEX el 45% de los empresarios considera que no conocen los apoyos e instrumentos, otro 45% plantea que la razón por la que

## 4.6 APROVECHAMIENTO DE LOS INSTRUMENTOS DEL PROGRAMA ALTEX, 1994 (SEGUN GRANDES EXPORTADORAS SELECCIONADAS)



FUENTE: Investigación directa y propia del autor

no aprovechan los beneficios ALTEX es porque no se brindan, mientras que solamente el 9% señalan que las empresas no requieren los apoyos del programa ALTEX.

Por otra parte, en lo referente a creación de empleos, el 100% de las empresas no ha tenido un aumento en su personal a raíz de su ingreso al programa, por lo que el programa ALTEX no parece haber tenido gran impacto como creador de nuevos empleos. Sin embargo, dada la relevancia asegurada al programa por las empresas, su contribución al sostenimiento de la base de empleo puede ser más importante de lo que pudiera pensarse.

En lo relativo a las modificaciones que los directivos consideran necesarias para que la empresa se beneficie más del programa, el 40% de las empresas señala que, excepto en Secofi, las otras secretarías desconocen o no brindan los apoyos señalados en el programa y que es necesaria más comunicación entre esas dependencias, además plantean que debe haber una vigilancia constante en el cumplimiento de los servicios ofrecidos (por medio de encuestas). En este sentido, señalan que debe haber mayor difusión de los servicios de fomento a la exportación tanto en empresas exportadoras como en las que planean exportar, así como una simplificación en el acceso a los beneficios. Un 30% de los directivos de las empresas ALTEX señala que deben considerarse mayores apoyos financieros y fiscales, tasas preferenciales en los financiamientos a gastos promocionales y en otros financiamientos otorgados por BANCOMEXT (Ventas de exportación, VEXPO), Capital de trabajo anual (CAPTA),

como apoyo fiscal al reducir el impuesto a los activos de las empresas ALTEX. Un 20% de empresarios coincide en señalar que se deben establecer cuotas preferenciales en el transporte para exportación (descuentos especiales en ferrocarril, maniobras de carga en puerto, etc.).

Otras modificaciones que los empresarios consideran necesarios en el programa son: Que se de un trato preferencial en despacho aduanero efectivo, un solo pedimento de exportación, independientemente de la cantidad de facturas y consignatorios ("este sistema debe ser claro y eficaz"), eliminación del derecho de trámite aduanero (D.T.A.), y la eliminación de la obligatoriedad de los agentes aduanales para comprar a la Confederación de Agentes Aduanales de la República Mexicana (CAAREM) los formatos de pedimentos de franja amarilla, considerando que estos costos son transmitidos a los clientes. Además, en opinión de los empresarios el programa ALTEX debe considerar, como instrumentos de apoyo a las empresas exportadoras, divisas con paridad realista o preferencial a cierto nivel de exportaciones, la excención de los impuestos "withholding tax" a créditos del extranjero, así como la excención del impuesto a la cartera de exportación. Por otra parte, señalan también que se deben realizar mayores acciones para abrir mercados extranjeros (por la existencia de barreras no arancelarias y acusaciones de prácticas desleales de comercio internacional por parte de otros países).

Por lo que respecta a los obstáculos en el desempeño exportador de las

empresas ALTEX, el 66% de los directivos coinciden en señalar que enfrentan problemas en los servicios, principalmente en transporte (falta de infraestructura, ferrocarriles, carreteras y, tienen un costo excesivo), así como en comunicación: Elevado costo de telefonía. Un 22% de los directivos señaló que los tiempos en el despacho aduanero es uno de los problemas que enfrentan por lo que es necesario desregular y hacer más eficiente el sistema aduanero mexicano. Otro 22% indicaron que las barreras no arancelarias constituyen un fuerte obstáculo a sus exportaciones. Igual número de empresarios señaló la falta de apoyos financieros para la producción, así como el encarecimiento del crédito. Además, los financiamientos que ofrece BANCOMEXT a los compradores de productos mexicanos son poco atractivos, comparados con los ofrecidos por EXIMBANKS<sup>11</sup> de los países de la competencia. La falta de conocimiento de los mercados así como la existencia de mercados demasiado competidos son los obstáculos que enfrenta el 22% de los empresarios. Otros obstáculos al desempeño exportador de las empresas es la falta de calidad de insumos nacionales y sus elevados costos, el alto costo de impuestos, el tipo de cambio, acusaciones de prácticas desleales de comercio internacional, así como barreras arancelarias.

A partir del análisis de las modificaciones necesarias al programa para que las empresas se beneficien más adecuadamente y de los obstáculos que se enfrentan en

---

<sup>11</sup>Banco de exportaciones e importaciones de los Estados Unidos. Para más información, consultar Frey, Ann. (1986) "El eximbank de Estados Unidos; promoción de exportaciones", en Comercio Exterior, Vol. 36, Núm. 6, junio, pp. 545-553.

su desempeño exportador, observamos que existe cierta coincidencia entre algunas de las modificaciones necesarias al programa ALTEX así como en la aplicación efectiva de algunos de sus instrumentos, con los obstáculos que enfrentan como exportadores. Por ejemplo, en la ineficiencia de los tiempos de despacho aduanero, en problemas de transporte, en los financiamientos de BANCOMEXT a los compradores de productos mexicanos, en las barreras no arancelarias y acusaciones de prácticas desleales de comercio internacional, en el tipo de cambio. Estos son algunos factores que limitan el desempeño exportador de las empresas y, por lo tanto, son algunos de los elementos de política de fomento a las exportaciones que deben considerarse en la orientación y diseño de un programa específico, o de una contextualización del programa ALTEX en función de las exigencias actuales.

### **Conclusiones**

Existe información muy limitada sobre las empresas exportadoras. Es conveniente desarrollar bases de datos con estadísticas más completas, incluyendo, entre otras, la variable empleo.

Si bien existe un número considerable de pequeñas empresas exportadoras (con menos de 2 millones de dólares de exportaciones anuales), el elevado porcentaje de sus ventas destinadas a la exportación induce a plantear que tienen elevados niveles

de eficiencia y competitividad. El análisis de la determinación de los factores económicos que contribuyen en el desempeño exportador de esas empresas determinará la orientación de la política industrial y de comercio exterior a implementar.

El mayor crecimiento de las exportaciones manufactureras nacionales (incluida la maquila) respecto de las exportaciones de las empresas ALTEX en el periodo 1991-1992, plantea una interesante interrogante a desarrollar a cerca de cuáles son los factores que explican ese hecho.

De los elementos abordados por el cuestionario empleado en el presente trabajo, resultan interesantes y requieren de una mayor profundización los aspectos relacionados con los problemas de comercio exterior que enfrentan las empresas y las modificaciones necesarias a la política de fomento a las exportaciones.

## V. CONCLUSIONES

En los Planes Nacionales de Desarrollo Económico 1982 - 1988 y 1989 - 1994, se plantea a las exportaciones como eje de crecimiento y desarrollo económico a partir de un análisis de los problemas que enfrentan las exportaciones se plantea una serie de políticas y medidas orientadas al fomento y diversificación de las exportaciones.

La política de fomento de exportaciones desarrollada en México en los últimos años se materializa en diferentes programas orientados a este fin, entre los que se encuentran Pitex, Ecex, Drawback, Compex, ALTEX, etc. En esos programas se materializan diferentes apoyos e instrumentos encaminados a la promoción de las exportaciones y a la eliminación de los problemas que enfrentan las empresas exportadoras. Algunos instrumentos se han generalizado a la totalidad de empresas exportadoras (por ejemplo, los Pitex), y otros son exclusivos de las empresas inscritas en el programa ALTEX, como la devolución inmediata del saldo del IVA.

Existen diferentes estudios sobre programas de fomento a las exportaciones, en los cuales se plantea las bondades y limitaciones que cada cual conlleva. Entre los diferentes autores existe coincidencia al señalar que el fomento a las exportaciones debe realizarse de manera permanente y estable existiendo homogeneidad entre las diferentes políticas de fomento a las exportaciones, política industrial y políticas macroeconómicas generales.

Las empresas ALTEX en conjunto tienen una importante participación en el mercado mundial con exportaciones anuales por más de mil millones de dólares con incrementos ligeros en los años 1990 a 1992, pero también registran fuertes importaciones con incrementos anuales ligeramente superiores a los observados en las exportaciones. El saldo comercial total, a excepción de 1992, se mantiene por arriba de los 330 millones de dólares en los años 1990, 1991 y 1993. Así observamos que si bien las exportaciones de las empresas ALTEX son considerables, también lo son sus importaciones.

La estructura económica de Nuevo León se mantiene y refleja en la participación de las empresas ALTEX en los diferentes subsectores económicos. Así tenemos que los subsectores con mayor número de establecimientos son el 38 Productos metálicos maquinaria y equipo (25.6%), 37 Industrias metálicas básicas (18.3%), 36 Productos minerales no metálicos (15.6%) y el 35 Sustancias químicas (12.2%) y el 31 Productos alimenticios, bebidas y tabaco (11.0%).

En correspondencia con las exportaciones del estado de Nuevo León, las exportaciones de las empresas ALTEX presentan una enorme diversidad de productos, entre los que destacan artículos de acero, productos químicos inorgánicos, vidrio y artículos de vidrio, artículos de cerámica, frutas y legumbres, alimentos, partes para automóvil, artículos de aluminio, muebles, etc. De igual manera el destino de las exportaciones, por el número de empresas ALTEX que envían sus productos, es

principalmente los Estados Unidos y Canadá (93.9 y 32.9% de las empresas ALTEX). (Recuérdese que una empresa puede enviar a uno o más países destino).

En lo referente a la industria manufacturera de N.L. los subsectores 31 alimentos, bebidas y tabaco, 38 productos metálicos, maquinaria y equipo, y 35 sustancias químicas inorgánicas tienen la más alta participación del PIB industrial, en el número de establecimientos, así como en la generación de empleo. Mientras que en el caso de las empresas ALTEX los subsectores 38 productos metálicos maquinaria y equipo (26%), 37 Industrias metálicas básicas (18%) el 36 Productos minerales no metálicos (16%) y 35 Sustancias químicas y petróleo (12%) se concentran el mayor número de estas empresas.

El monto de las exportaciones de las empresas ALTEX del subsector 38 comprende el rango de 500 a más de 50 mil dólares, mientras que para los subsectores 36 y 37 es más heterogéneo, las exportaciones de las empresas del subsector 35 se ubican principalmente en el rango de 2 a 50 millones.

Las modificaciones en la legislación que regula el funcionamiento del programa ALTEX del 17 de mayo de 1991, específicamente la reducción en el monto de exportaciones anuales de tres a dos millones de dólares, no implicó un aumento significativo en el número de empresas ALTEX, pues de un grupo de 42 empresas sólo dos se encuentran en este rango. El requisito de exportar por lo menos el 40% de sus

ventas totales extendió los beneficios del programa a un considerable número de pequeñas empresas →aproximadamente 20 empresas exportan menos de dos millones← las cuales generalmente cumplen con relativos márgenes esa formalidad.

En ese mismo sentido, basados en una muestra de 42 empresas ALTEX y precisando la conclusión anterior, el 33% de las empresas ALTEX exporta menos de un millón de dólares anualmente (952 mil). Estas empresas, en conjunto, tienen un promedio de ventas destinadas a la exportación de 77%, y cumplen así con un amplio margen la condición de destinar al mercado exterior por lo menos el 40% de sus ventas totales. Por otro lado, existe un reducido número de empresas ALTEX (el 5%), las cuales realizan cuantiosas exportaciones por un valor de más de 135 millones de dólares.

El crecimiento de las exportaciones manufactureras nacionales (incluida la maquiladora) de 12% superior al registrado por las empresas ALTEX de Nuevo León (9.5%) plantea dos probables hipótesis a desarrollar: a) la implementación o el aprovechamiento de los diversos instrumentos del programa ALTEX no están funcionando adecuadamente, o b) el incremento superior en las exportaciones manufactureras nacionales es debido fundamentalmente a un elevado crecimiento de las exportaciones de la industria maquiladora.

A partir del análisis del cuestionario aplicado a las grandes empresas ALTEX

podemos concluir que el programa ALTEX tiene un nivel de importancia elevado en el desempeño exportador de las empresas. La inmensa mayoría de éstas considera al programa ALTEX como importante y muy importante (el 64 y el 27% de la muestra respectivamente). En este sentido, podemos señalar que es imprescindible para la consolidación de las exportaciones la implementación de programas de fomento a las exportaciones.

A pesar de que existen ciertas limitaciones en la implementación del programa ALTEX, de los cuatro grandes objetivos el de "Coordinar acciones a fin de eliminar trabas y restricciones a la exportación" es el que mejor se ha cumplido, pues más de la mitad de los directivos de las grandes empresas ALTEX consideran que se ha alcanzado entre un 60 y 80%.

De los instrumentos y apoyos del programa ALTEX, el instrumento que se ha generalizado a todas las empresas exportadoras de "Importaciones temporales vía Pitex" es el que más han aprovechado las grandes empresas ALTEX. Aproximadamente tres cuartas partes de los empresarios consideran que han aprovechado ese instrumento entre un 80 y un 100 por ciento.

El apoyo de "Devolución inmediata del saldo del IVA a favor", del cual gozan exclusivamente las empresas ALTEX y el que, en opinión de los funcionarios de Secofi, es la causa de que las empresas exportadoras busquen ingresar al programa,

registró opiniones marcadamente divididas. Poco más de una tercera parte de los directivos de las empresas ALTEX considera que el apoyo de la devolución inmediata del saldo del IVA a favor la han aprovechado entre un 80 y un 100 por ciento. Mientras que casi una tercera parte plantea que se ha beneficiado en menos de un 20 por ciento de ese instrumento. Estos datos nos conducen a plantear que existen ciertos factores que intervienen en el nivel de aprovechamiento de los instrumentos ofrecidos en el programa: A saber, el monto de las exportaciones, la región o dependencia de Secofi donde se realiza la solicitud.

A partir de las pláticas y entrevistas con funcionarios públicos así como de los resultados del cuestionario aplicado a las grandes empresas ALTEX, pudo apreciarse que tanto a nivel empresarial como de las dependencias oficiales existe gran desconocimiento de la vigencia y actualidad de los instrumentos del programa ALTEX. En este sentido, es necesaria una mayor comunicación y coordinación entre las distintas dependencias encargadas de implementar los diferentes instrumentos. Asimismo se requiere un constante seguimiento del cumplimiento de las funciones encomendadas. Por otro lado, en el ámbito empresarial se requiere de campañas intensas de información y difusión sobre los instrumentos y apoyos gubernamentales de fomento industrial y de comercio exterior.

Basados en la respuesta del cuestionario podemos señalar que existe cierta coincidencia entre los problemas de comercio exterior que enfrentan las grandes

empresas ALTEX y algunos de los instrumentos del programa ALTEX que no se han cumplido cabalmente por ejemplo, los tiempos de despacho aduanero así como las facilidades de comunicaciones, transportes, etc. Por ello es importante considerar la vigencia de esos apoyos y brindar seguimiento a solución de los problemas que obstaculizan el desempeño exportador de las empresas.

Los objetivos originales bajo los cuales se desarrolló el programa ALTEX han perdido relevancia (un programa para simplificación administrativa en los trámites de las exportaciones de las grandes empresas exportadoras). Las modificaciones en la legislación del 17 de junio de 1990 y 17 de mayo de 1991 extendieron los beneficios del programa a todas las empresas exportadoras de bienes no petroleros y reglamenta diversos apoyos e instrumentos de fomento a las exportaciones, muchos de los cuales actualmente no tienen vigencia. El programa ALTEX forma parte de una política orientada al desarrollo de una cultura nacional exportadora, es un amplio programa de fomento a las exportaciones el cual requiere, entre otros elementos, la inmediata actualización de sus instrumentos, acorde con las exigencias actuales, así como un impulso decidido en la ejecución de los apoyos e instrumentos que conduzcan a la eliminación real de los problemas que enfrentan las empresas exportadoras.

## Alcances y limitaciones

Este trabajo se plantea inicialmente la intención de evaluar el programa ALTEX a un nivel macro (vía modelos de regresión múltiple) dada la escasez de información publicada, y la limitada información obtenida en Secofi, se plantea la necesidad de evaluar el programa ALTEX a un nivel micro a través de los agentes involucrados en el esquema: las grandes empresas ALTEX.

A partir de la información obtenida en Secofi México, Secofi Nuevo León, y consulta bibliográfica se construye una base de datos de 98 empresas ALTEX de Nuevo León. A partir de esa información, por medio del análisis multivariado, se formulan una serie de hipótesis en torno a la estructura de las exportaciones, productos, destinos, distribución de las empresas por monto de sus exportaciones, entre otras.

Los efectos en las modificaciones de la legislación del programa ALTEX, del 17 de mayo de 1991, se analizan a través de una muestra de sólo 42 empresas ALTEX, la existencia de información limitada no permitió incluir a la totalidad de esas empresas.

La implementación de una nueva técnica de encuesta, por medio del fax y seguimiento con llamadas telefónicas, generalmente supone un bajo grado de

respuesta, en este trabajo se obtuvo un elevado nivel de respuesta: 60% , 11 empresas del total del universo seleccionado (19 grandes empresas ALTEX). Aunque no es el 100% de la muestra, ni son representativos de los diferentes subsectores manufactureros, a partir de esos resultados se aporta un valioso conocimiento sobre la operación del esquema de fomento a las exportaciones y sobre las percepciones empresariales de la efectividad del programa. En este sentido se plantean las hipótesis siguientes: el programa ALTEX parece ser más importante de lo que pudiera pensarse (desde el punto de vista empresarial); parece haber una diferente apreciación entre empresas y gobierno sobre la importancia de la devolución del IVA; la necesidad de una política integral hacia las exportaciones.

A partir de la evaluación de los instrumentos del programa ALTEX el presente trabajo propone una actualización en la legislación de dichos instrumentos, de manera similar propone amplia información de los instrumentos de fomento a las exportaciones, tanto a los empresarios como a los funcionarios encargados de ejecutar dichas acciones. Así como una evaluación y seguimiento en el cumplimiento de las mismas. En este sentido es necesaria una desregulación efectiva en los tramites administrativos de las exportaciones a las entidades federativas.

El trabajo se limitó al análisis de un programa de política de fomento a las exportaciones pero existen otras políticas que afectan significativamente el desarrollo y consolidación de las exportaciones, como son: La política industrial y la política

macroeconómica (cambiaria, financiera, fiscal).

Este trabajo es pionero en el estudio del programa ALTEX y existe un amplio espacio de interrogantes en ciertas áreas que no abordó, y que bien pueden ser retomadas por estudios posteriores, por ejemplo: Centrar el estudio en relaciones de tamaño de las empresas, en los eslabonamientos industriales (compras de insumos, contenidos de inversión extranjera), en las estrategias de penetración de los mercados, entre otras.

## VI. BIBLIOGRAFIA

AGUILAR BARAJAS, Ismael. 1993.

Descentralización industrial y desarrollo regional en México. México, D.F., El Colegio de México.

BECUE BERTAUT, Mónica. 1991.

"Análisis estadístico de datos de encuestas. Tratamiento conexo de respuestas a preguntas abiertas y cerradas". Papers, revista de sociología. Universitat Autònoma de Barcelona. Spain. Núm. 37. pp. 113-134.

CONSEJO NACIONAL DE COMERCIO EXTERIOR (CONACEX). 1994.

Directorio de comercio exterior de Nuevo León. Conacex Noreste, A.C. Monterrey, Nuevo León.

CHOW, Peter C.Y. 1987.

"Causality between Export Growth and Industrial Development: Empirical Evidence from NICs". Journal of Development Economics, Vol. 26, Núm. 1, June, pp. 55-63.

DAVILA FLORES, Alejandro. 1992.

"México-Estados Unidos: La brecha de productividad en la industria manufacturera". Investigación Económica, número 200, Facultad de Economía de la Universidad Nacional Autónoma de México, abril-junio.

DAVILA FLORES, Alejandro. 1992b.

"Nuevas Tendencias de la Subcontratación Internacional de México. El caso de la Industria Manufacturera del Noreste", en: Contribución al Simposio: La Competitividad Industrial del Sistema Productivo Mexicano Frente a la Concurrencia Internacional. SECOFI, Puerto Vallarta, Jalisco, del 1o. al 4 de diciembre.

DIARIO OFICIAL DE LA FEDERACION. Varios años. Secretaría de Comercio y Fomento Industrial (SECOFI), México, D.F.

ESQUIVEL, Gerardo. 1992.

"Una Nota Sobre el Comercio Intraindustrial México-Estados Unidos". Estudios Económicos. México, D.F., El Colegio de México. Vol. 7, Núm. 1, pp. 119-137.

EVERITT, Brian S. y DUNN, Graham. 1991.

Applied Multivariate Data Analysis. Londres.

FERNANDEZ SANTANA, Oscar. 1991.

"El análisis de Cluster: aplicación interpretación y validación". Papers, revista

de sociología. Universitat Autònoma de Barcelona. Spain. Núm. 37. pp. 65-76.

FREY, Ann. 1986.

"El eximbank de Estados Unidos; promoción de exportaciones" en Comercio exterior, Vol. 36, Núm. 6, junio pp. 545-553.

FUENTES FLORES, Noe Aron Y CARDENAS MORAN, Antonio. 1991.

"Variaciones Regionales del Empleo", en: La Apertura Comercial y la Frontera Norte de México, Dávila Flores, Alejandro y García Espinoza, Arturo (Coordinadores), Universidad Autónoma de Coahuila, México, septiembre.

GONZALEZ-ARECHIGA, Bernardo Y RAMIREZ, José Carlos. 1990.

"Estructura contra Estrategia: Abasto de Insumos Nacionales a Empresas Exportadoras", en: Subcontratación y Empresas Transnacionales. Apertura y Restructuración en la Maquiladora, González-Aréchiga, Bernardo y Ramírez, José Carlos (Copiladores), El Colegio de la Frontera Norte y Fundación Friedrich Ebert, México, diciembre.

---

\_\_\_\_\_ . 1989.

"Productividad sin distribución: El cambio tecnológico en la industria maquiladora mexicana (1980-1986)", Frontera Norte, El Colegio De la Frontera Norte, Vol. 1, enero-junio, pp. 97-124.

HERNANDEZ, Enrique y VELASCO, Edur. 1990.

"Productividad y competitividad de las manufacturas mexicanas, 1960-1985", Comercio Exterior. Vol. 40, Núm 7, julio, pp. 658-666.

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADISTICA GEOGRAFIA E INFORMATICA (INEGI). 1988.

Clasificación Mexicana de Actividades y Productos (CMAP), para la elaboración de los Censos Económicos de 1989. México.

---

\_\_\_\_\_ . 1994.

Base de Datos de Comercio Exterior.

JOBSON, J. D. 1992

Applied Multivariate Data Analysis. Volume II: Categorical and Multivariate Methods. Springer-Verlag New York, Inc. Nueva York.

LOZARES COLINA, Carlos y LOPEZ ROLDAN, Pedro. 1991.

"El análisis multivariado: definición, criterios y clasificación". Papers, revista de sociología. Universitat Autònoma de Barcelona. Spain. Núm. 37. pp. 9-29.

- 
- \_\_\_\_\_. 1991.  
"El análisis de componentes principales: aplicación al análisis de datos secundarios". Papers, revista de sociología. Universitat Autònoma de Barcelona. Spain. Núm. 37. pp. 31-63.
- MERCADO, A. y TANIURA, T. 1991.  
"Exportaciones Automovilísticas de México; factores favorables, obstáculos y necesidades de política". Comercio Exterior. Vol. 41, Núm. 9, septiembre, pp. 846-852.
- MORENO MACIAS, Hortensia. 1992.  
Técnicas de graficación para datos multivariados. Universidad Nacional Autónoma de México, Facultad de Ciencias. México, D.F.
- NAMAKFOROOSH, Mohammad Naghi. 1993.  
Metodología de la investigación. Limusa, México
- PEÑALOZA WEBB, Ricardo y VOLJC Marko. 1989.  
"Políticas de Fomento de las Exportaciones, 1982-1988". Comercio Exterior. Vol. 39, Núm. 8, México, agosto, pp. 688-697.
- PONCE VAZQUEZ, Josefina. 1989.  
La instrumentación de la política agrícola en México durante el periodo 1965-1986: Un enfoque de análisis multivariado. Colegio de Postgraduados. México.
- SECRETARIA DE COMERCIO Y FOMENTO INDUSTRIAL (SECOFI). 1994.  
Información sobre los Programas ALTEX y PITEX, Dirección General de Programas de Fomento a la Exportación. México.
- 
- \_\_\_\_\_. 1994.  
Información sobre el programa ALTEX, Delegación Federal de Nuevo León.
- SECRETARIA DE HACIENDA Y CREDITO PUBLICO (SHCP). 1992.  
Antología de la Planeación en México. Tomo 22: La planeación del desarrollo en la década de los noventa. Fondo de Cultura Económica. México D.F.
- SECRETARIA DE PROGRAMACION Y PRESUPUESTO (SPP). 1985.  
Antología de la Planeación en México (1917-1985). Tomo 12: Desarrollo industrial, energético y minero (1982-1985). Fondo de Cultura Económica, México D.F.
- 
- \_\_\_\_\_. 1985.  
Antología de la Planeación en México (1917-1985). Tomo 10: Sistema Nacional

de Planeación Democrática (1982-1985). Fondo de Cultura Económica, México D.F.

TABACHNICK, Bárbara G. y FIDELL, Linda S. 1989.  
Using Multivariate Statics. Harper Collins Publishers. Northridge. U.S.A.

UNGER, K. 1990.  
Las exportaciones mexicanas ante la restructuración industrial internacional; La Evidencia de las Industrias Químicos y Automotriz. El Colegio de México. Fondo de Cultura Económica, Economía Latinoamericana.

URQUIDI, V. F. GINER, MERCADO A. and TANIURA, T. 1988.  
"Export Promotion of Manufactures in Mexico", Joint Research Programme Series #71, Institute of Developing Economies, Tokio.

VAZQUEZ TERCERO, Hector. 1989.  
"Las empresas Altamente Exportadoras: Una experiencia mexicana". Comercio Internacional Banamex. Vol. 1, Núm. 3. Banco Nacional de México, Septiembre, pp. 26-29.

WEIERS, Ronald M. 1986  
"Investigación de mercados". Prentice-hall-hispanoamericana, S.A., México.

## VII. ANEXOS

A. CUESTIONARIO UNICO DE REGISTRO COMO EMPRESA ALTAMENTE EXPORTADORA.

B. REPORTE DE OPERACIONES DE COMERCIO EXTERIOR PARA EMPRESAS ALTEX.

C. CUESTIONARIO APLICADO A GRANDES EMPRESAS SELECCIONADAS.

## ANEXO A:

CUESTIONARIO UNICO DE REGISTRO COMO EMPRESA ALTAMENTE EXPORTADORA.

FECHA: \_\_\_\_\_  
FOLIO: \_\_\_\_\_

**CUESTIONARIO UNICO DE REGISTRO COMO EMPRESA ALTAMENTE EXPORTADORA 199**

TIPO DE SOLICITUD:  NUEVO REGISTRO  REVALIDACION  N° ALTEX: \_\_\_\_\_

**DATOS GENERALES DE LA EMPRESA**

1.1. NOMBRE O RAZON SOCIAL: \_\_\_\_\_

REGISTRO FEDERAL DE CONTRIBUYENTES: | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

1.2. DOMICILIO OFICINA: \_\_\_\_\_  
 CALLE \_\_\_\_\_ N° \_\_\_\_\_ COLONIA \_\_\_\_\_  
 CIUDAD O MUNICIPIO \_\_\_\_\_ ESTADO \_\_\_\_\_ C.P. \_\_\_\_\_  
 TELEFONO(S) LADA: \_\_\_\_\_ TELEFAX LADA: \_\_\_\_\_

1.3. DOMICILIO PLANTA PRINCIPAL: \_\_\_\_\_  
 CALLE \_\_\_\_\_ N° \_\_\_\_\_ COLONIA \_\_\_\_\_  
 CIUDAD O MUNICIPIO \_\_\_\_\_ ESTADO \_\_\_\_\_ C.P. \_\_\_\_\_  
 TELEFONO(S) LADA: \_\_\_\_\_ TELEFAX LADA: \_\_\_\_\_

1.4. NUMERO ( ) Y UBICACION DE OTRAS PLANTAS CON QUE CUENTA LA EMPRESA.  
 1. \_\_\_\_\_ CIUDAD O MUNICIPIO 2. \_\_\_\_\_ CIUDAD O MUNICIPIO  
 3. \_\_\_\_\_ CIUDAD O MUNICIPIO 4. \_\_\_\_\_ CIUDAD O MUNICIPIO

1.5. PRINCIPALES PRODUCTOS QUE FABRICA: \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_

1.6. TIPO DE EXPORTADOR:  DIRECTO  INDIRECTO  ECEX  PROVEEDOR ECEX

1.7. REGISTROS OBTENIDOS EN LA SECRETARIA TALES COMO: PITEX, PROGRAMA DE MAQUILADORA, PROGRAMA DE LA INDUSTRIA FRONTERIZA, ECEX, CUOTAS DE EXPORTACION, ETC.

NOMBRE	N°	FECHA	NOMBRE	N°	FECHA
1.- _____	_____	_____	2.- _____	_____	_____
3.- _____	_____	_____	4.- _____	_____	_____

1.8. NOMBRE DE LOS DIRECTIVOS DE LA EMPRESA

\_\_\_\_\_  
DIRECTOR GENERAL

\_\_\_\_\_  
PTE. DEL CONSEJO

\_\_\_\_\_  
REP. DE COMERCIO EXTERIOR

TEL: \_\_\_\_\_ TEL: \_\_\_\_\_ TEL: \_\_\_\_\_

**2.1. PRINCIPALES PRODUCTOS EXPORTADOS EN 1992**

	PRODUCTOS	PAIS DE DESTINO	VALOR MILES DE DLS.	% DE EXPORTACION ACADA PAIS
1.				
2.				
3.				
4.				

**2.2. VENTAS: MILES DE NUEVOS PESOS**

	AÑO	TOTALES A	MERCADO EXTERNO B	% DE EXPORTACION B/A	TIPO DE CAMBIO
REALIZADO	1991				
	1992				
	1993				
PROYECCION	1994				
	1995				
	1996				
	1997				
	1998				

**2.3. BALANZA COMERCIAL: MILES DE DOLARES**

	AÑO	EXPORTACIONES A	IMPORTACIONES DEFINITIVAS B	IMPORTACIONES TEMPORAL C	TOTAL D = B + C	SALDO E = A - D
REALIZADO	1991					
	1992					
	1993					
PROYECCION	1994					
	1995					
	1996					
	1997					
	1998					

**2.4. ANEXOS.**

**2.4.1. PARA EXPORTADORES DE MAS DE 2 MILLONES DE DOLARES.**

A) COPIA PROTOCOLIZADA DE LA ULTIMA VERSION DEL ACTA CONSTITUTIVA NOTARIADA EN EL CASO DE PERSONAS MORALES.

B) COPIA DEL ALTA DE CONTRIBUYENTES ANTE LA S.H.C.P.

C) RELACION DE PEDIMENTOS DE EXPORTACION (\*) DEL AÑO 1991 QUE DEBERA INCLUIR: NUMERO DE PEDIMENTO, FECHA, NUMERO DE FACTURA, PRODUCTO, VALOR EN MONEDA NACIONAL, VALOR EN DOLARES, DEBIENDO TOTALIZAR LOS VALORES REPORTADOS.

**2.4.2. PARA EXPORTADORES CUYAS VENTAS EXTERNAS REPRESENTEN EL 40% DE SUS VENTAS TOTALES. ADEMAS DE LO ANTERIOR:**

D) ESTADOS FINANCIEROS AUDITADOS O SIMPLES (\*) SI SE ACOMPAÑAN DE LA DECLARACION ANUAL DEL IMPUESTO SOBRE LA RENTA.

(\*) LA RELACION DE PEDIMENTO Y LOS ESTADOS FINANCIEROS, DEBERAN SER FIRMADOS BAJO PROTESTA DE DECIR VERDAD POR EL DIRECTOR GENERAL O CONTRALOR GENERAL DE LA EMPRESA.

**EXPORTADORES INDIRECTOS Y EMPRESAS QUE EXPORTAN A TRAVES DE UNA ECEX.- DATOS DE COMERCIO EXTERIOR**

**3.1. VENTAS: MILES DE NUEVOS PESOS.**

	AÑO	A EXPORTADORES FINALES	REALMENTE EXPORTADAS POR EXPORTADORES FINALES	% DE VENTAS DESTINADAS A LA EXPOR.	
	TOTALES	(A)	(B)	(C)	(D)
REALIZADO	1991				
	1992				
	1993				
PROYECTADO	1994				
	1995				
	1996				
	1997				
	1998				

**3.2. EXPORTADORES FINALES DEL EJERCICIO 1991. (MILLONES DE PESOS)**

	NOMBRE(S) DEL EXPORTADOR FINAL (1) Y (2)	VALOR ADQUIRIDO AL SOLICITANTE POR EL EXPORTADOR FINAL	EXPORTS. REALMENTE EFECTUADAS DE LO ADQUIRIDO POR EL EXPORTADOR FINAL	% B/A
		(A)	(B)	
1				
2				
3				
4				
5				
		TOTAL EXPORTADO EN 1991: _____		

(1) SEÑALAR SI SE TRATA DE UNA ECEX. (2) INCLUIR SOLO EMPRESAS QUE EXTIENDAN CARTA AVAL.

**3.3. ANEXOS:**

- COPIA SIMPLE DE LA ULTIMA VERSION DEL ACTA CONSTITUTIVA NOTARIADA EN EL CASO DE PERSONAS MORALES.
- COPIA DEL ALTA DE CONTRIBUYENTES ANTE LA S.H.C.P.
- ESTADOS DE RESULTADOS AUDITADOS O SIMPLES (\*), SI SE ACOMPAÑAN DE LA DECLARACION ANUAL DEL IMPUESTO SOBRE LA RENTA.
- RELACION DE FACTURAS DE VENTAS A EXPORTADORES FINALES DEL AÑO 1991 (\*), QUE DEBERA INCLUIR: NUMERO DE FACTURA, FECHA, PRODUCTO, NOMBRE DEL COMPRADOR, CANTIDAD Y VALOR.
- CARTA DE AVAL DE LAS EMPRESAS EXPORTADORAS FINALES (\*), EN LA QUE SE INDIQUE EL MONTO ADQUIRIDO Y EL VALOR QUE DE ESTE REALMENTE SE EXPORTO EN 1991.

(\* ) LOS INFORMES FINANCIEROS, RELACIONES Y CARTAS AVAL. DEBERAN SER FIRMADAS BAJO PROTESTA DE DECIR VERDAD, POR EL DIRECTOR GENERAL O CONTRALOR GENERAL DE LA EMPRESA QUE LAS EXPIDE.

DECLARO BAJO PROTESTA DE DECIR VERDAD QUE LOS DATOS ASENTADOS EN LA PRESENTE SOLICITUD Y SUS ANEXOS, SON VERIDICOS.

**DIRECTOR O CONTRALOR GENERAL**

FECHA

NOMBRE

CARGO

FIRMA

FAX

## ANEXO B:

REPORTE DE OPERACIONES DE COMERCIO EXTERIOR PARA  
EMPRESAS ALTEX.

### REPORTE DE OPERACIONES DE COMERCIO EXTERIOR PARA EMPRESAS ALTEX

#### I DATOS GENERALES DE LA EMPRESA

1.- NOMBRE O RAZON SOCIAL: \_\_\_\_\_

2.- NUMERO DE REGISTRO ALTEX \_\_\_\_\_ FECHA DE VIGENCIA \_\_\_\_\_

3.- PERIODO QUE CUBRE EL REPORTE: DE \_\_\_\_\_ 19\_\_\_\_ A \_\_\_\_\_ 19\_\_\_\_  
MES AÑO MES AÑO

SEMESTRAL  ANUAL

4.- TIPO DE REGISTRO DEL EXPORTADOR: DIRECTO  O INDIRECTO

#### II PARA EXPORTADORES DIRECTOS

	PERIODO REPORTADO	PROYECCION (AÑO SIGUIENTE)
1.- VENTAS TOTALES MILES DE NUEVOS PESOS	_____ 100 %	_____ 100 %
1.1 MERCADO NACIONAL	_____ %	_____ %
1.2 MERCADO EXTERNO	_____ %	_____ %
2.- BALANZA COMERCIAL (MILES DE DOLARES)		
2.1 VALOR EXPORTACIONES TOTALES	_____	_____
2.2 IMPORTACIONES TOTALES	_____	_____
2.2.1 IMPORTACIONES DEFINITIVAS	_____	_____
2.2.2 IMPORTACIONES TEMPORALES	_____	_____
2.3 SALDO (2.1-2.2)	_____	_____

#### III PARA EXPORTADORES INDIRECTOS

1.- VENTAS MILES DE NUEVOS PESOS		
1.1 VALOR VENTAS TOTALES	_____	_____
1.2 VALOR DE VENTAS A EXP. DIRECT. QUE EXPIDAN CARTA DE AVAL SOLIDARIO	_____	_____
1.3 VALOR DE LAS EXPORTACIONES REALES	_____	_____
1.4 % DE VENTAS DESTINADAS A LA EXPORTACION (1.3/1.1) * 100	_____	_____

OBSERVACIONES (INFORMACION QUE CONSIDERE DE INTERES):

BAJO PROTESTA DE DECIR VERDAD DECLARO QUE TODOS LOS DATOS MANIFESTADOS EN ESTE REPORTE SON VERIDICOS:

EL DIRECTOR GENERAL O CONTRALOR GENERAL

NOMBRE	CARGO	FIRMA	FECHA	N° DE FAX
--------	-------	-------	-------	-----------

**NOTAS:**

DE CONFORMIDAD CON EL ARTICULO 7° DEL DECRETO DEL 3 DE MAYO DE 1990 LAS EMPRESAS DEBERAN PRESENTAR SU REPOTE CONSOLIDADO ANUAL O DE AVANCE SEMESTRAL DURANTE LOS MESES DE ENERO Y JULIO DE CADA AÑO RESPECTIVAMENTE.

**ANEXOS**

**1) REPORTE CONSOLIDADO ANUAL.**

A) LOS EXPORTADORES DIRECTOS DE MAS DE 2 MILLONES DE DOLARES ANUALES, DEBERAN ACOMPAÑAR RELACION DE PEDIMENTOS DE EXPORTACION (1°) QUE DEBERA INCLUIR: NUMERO DE PEDIMENTO, FECHA, NUMERO DE FACTURA, CONCEPTO, VALOR EN MONEDA NACIONAL Y VALOR EN DOLARES ASI COMO LA SUMATORIA TOTAL DE LOS VALORES REPORTADOS.

B) LOS EXPORTADORES DIRECTOS CUYAS EXPORTACIONES REPRESENTAN EL 40% DE SUS VENTAS TOTALES, ADEMAS DE PRESENTAR LA RELACION DE PEDIMENTOS (1°) SEGUN SE INDICA EN EL PUNTO A), DEBERAN ADICIONAR COPIA DE ESTADOS FINANCIEROS AUDITADOS O SIMPLES (2°) SI SE ACOMPAÑAN DE SU DECLARACION DEL I.S.R.

C) LOS EXPORTADORES INDIRECTOS DEBERAN PRESENTAR ADEMAS DE LOS ESTADOS FINANCIEROS EN LOS TERMINOS DEL PUNTO B) Y LA RELACION DE FACTURAS DE VENTA (3°) QUE CONTENGA NUM. DE FACTURA, FECHA, CONCEPTO, NOMBRE DEL COMPRADOR, CANTIDAD Y VALOR, Y CARTA DE AYAL (4°) DE LA EMPRESA EXPORTADORA FINAL, MEDIANTE LA CUAL MANIFIESTE, EL VALOR Y EL PORCENTAJE QUE DE SUS ADQUISICIONES DESTINA A LA EXPORTACION.

D) LOS REPORTES ANUALES DEBERAN INCLUIR LA PROYECCION PARA EL SIGUIENTE AÑO DE LOS APARTADOS I Y II DE ESTE FORMATO SEGUN SEA EL CASO.

(1°) LOS INFORMES FINANCIEROS, RELACIONES Y CARTAS AYAL DEBERAN SER FIRMADAS BAJO PROTESTA DE DECIR VERDAD, POR EL DIRECTOR GENERAL O CONTRALOR GENERAL.

**2) REPORTES DE AVANCE SEMESTRAL:**

SE LLENARA INTEGRAMENTE EL FORMATO, SIN EMBARGO NO SERA NECESARIO PRESENTAR EVIDENCIA DOCUMENTAL.

PARA CUALQUER ACLARACION DIRIGIRSE A PERIFERICO SUR 3026, 2° PISO COL. HEROES DE PADIERNA, MEXICO, D.F.  
DEPARTAMENTO DE EMPRESAS ALTEX, TELEFONO 683-70-66 EXT. 2216, FAX NUM. 683-39-80, 696-68-81, 696-68-83 Y 683-46-66  
O EN LAS DELEGACIONES FEDERALES DE LA SECRETARIA.

## ANEXO C:

CUESTIONARIO APLICADO A GRANDES EMPRESAS ALTEX  
SELECCIONADAS.



EMPRESA: \_\_\_\_\_

1.7 En general, ¿cuáles modificaciones considera necesarias para que el programa Altex tenga los mejores resultados, y para que su empresa se beneficie más?

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

1.8 En general, ¿cuáles son, en su opinión, los principales obstáculos en el desempeño exportador de su empresa?

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

**II. DATOS GENERALES.**

2.1 Año de establecimiento de la empresa: \_\_\_\_\_.

2.2 Año en que inicia las exportaciones: \_\_\_\_\_.

2.3 Número de puestos de trabajo de la empresa:  
 16-100     101-250     251-500     501-1000     1001-más

2.4 Estructura de capital social    Nal.: \_\_\_\_\_ %    Ext.: \_\_\_\_\_ %

2.5 ¿A cuánto asciende el capital social de la empresa?

- N\$ menos de 50 mil
- 50-100 mil
- 101-200 mil
- 201-500 mil
- 500-más mil

2.6 Porcentaje de ventas totales destinadas a la exportación:

a) Ultimos tres años 1990 \_\_\_\_\_ %  
1991 \_\_\_\_\_ %  
1992 \_\_\_\_\_ %

b) Ultimo año 1993 \_\_\_\_\_ %