

OPORTUNIDADES DE COMERCIO EXTERIOR EN LA CIUDAD DE HUAJUAPAN DE LEÓN OAXACA

M.A. Uziel Flores Ilhuicatzí*

Universidad Tecnológica de la Mixteca

uziel@mixteco.utm.mx

Dra. Analaura Medina Conde*

Universidad Tecnológica de la Mixteca

analaura@mixteco.utm.mx

Resumen

La globalización ha originado que los países en la actualidad tengan la necesidad de incrementar su intercambio comercial con otras naciones para allegarse de bienes o servicios, por lo que exige a los participantes del comercio exterior la búsqueda de negocios eficientes y sustentables; México participa activamente en el comercio internacional, sin embargo, algunas de las entidades gubernamentales, municipios y sociedad caminan muy lento. El objetivo del presente trabajo es analizar el marco de comercio exterior en la ciudad de Huajuapán de León, Oaxaca, en especial las oportunidades de Importar o exportar, estudiar el marco legal que rige el comercio exterior en México, analizar la distribución de actividades económicas y documentar las oportunidades para justificar la importancia del comercio exterior. En el contexto de que las principales actividades económicas que se desarrollan en la ciudad juegan un papel importante, y estas deben dar certidumbre a todos aquellos que se dediquen o pretendan participar en actividades de importación o exportación de mercancías.

Abstract

Globalization has resulted in countries currently have the need to increase its trade with other Nations for providing goods or services, so the participants of foreign trade requires the search for efficient and sustainable business; Mexico

* Maestro en Administración por la Universidad Autónoma de Tlaxcala, Licenciado en contaduría Pública por la facultad de ciencias económico administrativas de la Universidad Autónoma de Tlaxcala, Profesor investigador de tiempo completo en la Universidad Tecnológica de la Mixteca en las materias de Administración General, Financiera, Sueldos y Salarios, Recursos Materiales, Auditoría y Procesos de Importación y Exportación.

* Doctora en Derecho con mención honorífica por la Universidad Autónoma de Tlaxcala, Maestría en Derecho Fiscal por el Centro de Estudios Jurídico Políticos de la Universidad Autónoma de Tlaxcala, Profesor titular de tiempo completo en las materias de Fiscal, Mercantil, Laboral y propiedad industrial.

participates actively in international trade, however, some government entities, municipalities and society walk very slow. The objective of the present study is to analyze the framework of foreign trade in the city of Huajuapán de León, Oaxaca, in particular opportunities for import or export, study the legal framework governing trade in Mexico, analyze the distribution of economic activities and document opportunities to justify the importance of foreign trade. In the context that the main economic activities taking place in the city played an important role, and these should give certainty to all those who engage or seek to participate in activities of importation or exportation of goods.

Palabras clave:

Comercio exterior – Exportación – Importación – Actividades económicas -
Huajuapán de León

Key words:

Foreign trade - Export - Import - Activities economic - Huajuapán de León

JEL: F02 Integración económica y globalización

Introducción.

Con la entrada de México al General Agreement on Tariffs and trade (GATT) en los años 80's (Acuerdo General Sobre Comercio y Aranceles), precursor de la hoy conocida Organización Mundial de Comercio (OMC), nuestro país se ha visto cada vez más en la necesidad de satisfacer al mercado internacional, y adaptarse a los cambios que implica la globalización; para lograr esto es necesario identificar las fortalezas y debilidades que como país necesitamos para ser más competitivos.

En México el comercio exterior se ha mantenido en constante desarrollo, por ello el Gobierno Federal lo ha tomado como una forma de incrementar el desarrollo industrial y de servicios, así, como la inversión extranjera directa; fomentado una mayor estabilidad en el ingreso de divisas y la generación de empleos en diversos

sectores; y sin duda permitiendo un desarrollo sostenido de industrias de primer nivel. México es el país que tiene firmados más tratados internacionales, la red de tratados de libre comercio funciona con 43 países, en tres continentes lo que hace que sea un blanco importante para la inversión y para el comercio, abriendo un portafolio de acceso a un mercado potencial de más de mil millones de consumidores, que representa dos terceras partes de las importaciones mundiales y 60 por ciento del Producto Interno Bruto (PIB) mundial.

1. Planteamiento del problema

La ciudad de Huajuapán de León, Oaxaca tiene una problemática en razón a que la mayoría de establecimientos económicos que se encuentran son MIPYMES dedicadas a la comercialización y prestación de servicios principalmente, es escasa la actividad industrial, no existe una actividad de comercio exterior identificada, concurre el desconocimiento de las oportunidades de exportación e importación y se presenta el problema de la implantación de establecimientos comerciales trasnacionales.

1.1 Objetivos de investigación

1.1.1 Objetivo general:

- Analizar el desempeño y características del comercio exterior en la ciudad de Huajuapán de León, en especial las oportunidades de Importar o exportar.

1.1.2 Objetivos específicos:

- Estudiar el marco legal que rige el comercio exterior en México.

- Analizar la distribución de actividades económicas en la ciudad de Huajuapán de León, Oaxaca.
- Documentar las oportunidades de importar o exportar para justificar la importancia del comercio exterior en la ciudad de Huajuapán de León, Oaxaca.

1.1.3 Metodología

La investigación se desarrolla en tres apartados que coinciden con tres metodologías específicas:

En el primer apartado a través del **método analítico** se estudia al comercio exterior desde el contexto global.

En un segundo apartado se utiliza el **método de dogmática jurídica** que consiste en un análisis del marco jurídico desde la constitución política de los estados unidos mexicanos y las diversas legislaciones inherentes al comercio exterior.

Por último en un tercer apartado se utiliza el **método analítico**, considerando el número de empresas en la ciudad de Huajuapán de León a partir de la medición y estudio de los datos de actividades económicas, con el propósito de definir parámetros de desempeño del Municipio.

2. Marco teórico

El fenómeno de la globalización, ha generado muchos cambios en ámbitos como son el político, social, tecnológico y económico, en este aspecto se ha llegado a tener una gran dependencia de los mercados extranjeros, creando así un entorno muy competitivo e incierto para las pequeñas y mediana empresas (Pymes) mexicanas en el ámbito del comercio exterior por lo que se deben identificar los retos y oportunidades para éstas en la actualidad.

La globalización desde un aspecto político-económico la podemos considerar: como un proceso en el que, a través de una creciente comunicación e interdependencia entre los distintos países del mundo se unifican mercados, sociedades y culturas mediante un modelo de carácter global. El predominio de modos de producción y de movimientos de capital a escala planetaria, la ubicación de diversos países en distintas fases de la producción y la venta de productos similares internacionalmente. (Muñoz, 2013)

La exportación no es una actividad técnica, ni un proceso jurídico, es vender más allá de nuestras fronteras considerando los principios básicos de ventas en el mercado interno como; tráfico de mercancías, Clientes, reglamentación administrativa-legal, costumbres y prácticas comerciales.

La participación de una comunidad en el comercio internacional es influida en gran medida por el tamaño de su economía. En un país y entidad con recursos limitados y un mercado interno pequeño, no puede producir todos los bienes que desea consumir, y generalmente no participa en el comercio exterior exportando sus productos e importa una gran variedad de bienes del resto del mundo.

Para la mayoría de micro, pequeñas y medianas empresas es complicado acceder al mercado extranjero, por el costo que este genera en dinero, experiencia y capacidad de negociación (Bancomext-ITESM, 2008). Empero un estudio elaborado por la empresa Centro de Negocios WSFB calcula que aproximadamente existen 4 millones de micro, pequeñas y medianas empresas de los sectores industriales, comercio y servicios que ya exportan el 83% no realiza actividad alguna para consolidar su presencia en el exterior.

El comercio exterior es el intercambio de bienes y de servicios existente entre dos o más naciones con el propósito de que cada uno pueda satisfacer sus necesidades de mercado tanto internas como externas. Está regulado por normas, tratados, acuerdos y convenios internacionales entre los países para simplificar sus procesos y busca cubrir la demanda interna que no pueda ser atendida por la producción nacional. (Ley de comercio exterior, 2013)

2.1 Marco jurídico del comercio exterior.

Desde la firma del GATT en el año de 1947, hasta la el nacimiento de la OMC en el año de 1995, se han establecido lineamientos que reglamentan y constituyen las bases para realizar el comercio exterior entre los países integrantes, en donde se encuentra incluido México. Con dicha adición, México se ha visto obligado a crear fuentes jurídicas internas, que regulen de manera concreta las operaciones de comercio exterior realizadas, en nuestra legislación se destaca para esta investigación la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos (CPEUM), Ley de Comercio Exterior (LCE) y la Ley Aduanera (LA).

2.2 Constitución Política de los estados Unidos Mexicanos (CPEUM).

En México, el artículo 73, fracción XXX, faculta al Poder Legislativo (Congreso de la Unión) a expedir el número de ordenamientos jurídico internos que sean necesarios para salvaguardar las necesidades de México, ya que argumenta:

XXX. Para expedir todas las leyes que sean necesarias, a objeto de hacer efectivas las facultades anteriores, y todas las otras concedidas por esta constitución a los poderes de la unión.

El Poder Ejecutivo también tiene facultades en el comercio exterior, de acuerdo a nuestra Constitución en su artículo 89, donde le permite dirigir la política exterior y celebración de tratados, así como la habilitación de puertos y aduanas, como sigue:

Artículo 89. Las facultades y obligaciones del presidente son las siguientes:

X. dirigir la política exterior y celebrar tratados internacionales, así como terminar, denunciar, suspender, modificar, enmendar, retirar reservas y formular declaraciones interpretativas sobre los mismos, sometiéndolos a la aprobación del senado en la conducción de tal política, el titular del poder ejecutivo observara los

siguientes principios normativos: la autodeterminación de los pueblos; la no intervención; la solución pacífica de controversias; la proscripción de la amenaza o el uso de la fuerza en las relaciones internacionales; la igualdad jurídica de los estados; la cooperación internacional para el desarrollo; y la lucha por la paz y la seguridad internacionales;

Cabe mencionar que los Estados no podrán celebrar tratados, gravar el tránsito de mercancías de conformidad con el artículo 117, en sus fracciones I, V y VI (CPEUM, 2013) Constitucional ya que dice:

Artículo 117. Los estados no pueden, en ningún caso:

I. celebrar alianza, tratado o coalición con otro estado ni con las potencias extranjeras.

Está reservado solo a la Federación el gravamen de las importaciones y exportaciones de mercancías que realicen los particulares, en atención al artículo 131, primer párrafo y en su segundo párrafo permite al Presidente de la República esta función, además de otras por medio de la figura de Decretos, debido a que sustenta:

Artículo 131. Es facultad privativa de la federación:

“Gravar las mercancías que se importen o exporten, o que pasen de tránsito por el territorio nacional, así como reglamentar en todo tiempo y aun prohibir, por motivos de seguridad o de policía, la circulación en el interior de la república de toda clase de efectos, cualquiera que sea su procedencia.....”

2.3 Ley de Comercio Exterior (LCE).

Es una Ley Reglamentaria emanada del artículo 131, primer párrafo de la constitución; el objeto de esta ley es el de:

- Regular y promover el comercio exterior.
- Incrementar la competitividad de la economía nacional.

- Proporcionar el uso eficiente de los recursos productivos del país.
- Integrar adecuadamente la economía mexicana con la internacional.
- Contribuir a la elevación del bienestar de la población.

2.4 Ley Aduanera (LA).

Para asegurar lo establecido en la (CPEUM) y la (LCE) fue necesario el nacimiento de otra Ley que operara toda la actividad física y comercial del comercio exterior, emanándose la (LA).

Esta Ley es de carácter secundaria y procedimental, teniendo como propósito básico la modernización de la estructura aduanal, para hacer eficientes los mecanismos de promoción y fomento de comercio internacional que prevé la Ley de Comercio Exterior; dentro de su cobertura, es la de reconocer su interacción con otras leyes y disposiciones, como son la Ley de la Tarifa de los Impuestos Generales de Importación y Exportación, La Ley de Comercio Exterior, la Ley Federal de Derechos, entre otras; así también se encontrará las disposiciones relativas a la entrada y salida de mercancías del territorio nacional, debiendo de cumplir con sus disposiciones cualquier persona que tenga contacto con los bienes importados o exportados, efectuando cabalmente con las formalidades correspondientes y que se denomina Despacho Aduanero, el cual se deberá de realizar por lugar autorizado como son las aduanas, en atención al artículo 10 de la ley en cuestión, y que dice:

Artículo 10 (LA). La entrada o la salida de mercancías del territorio nacional las maniobras de carga descarga transbordo y almacenamiento de las mismas el embarque o desembarque de pasajeros y la revisión de sus equipajes, deberá efectuarse por lugar autorizado en día y hora hábil. Quienes efectúen su transporte por cualquier medio están obligados a presentar dichas mercancías ante las autoridades aduaneras junto con la documentación.

La inversión extranjera directa es la que tiene como propósito crear un interés duradero y con fines económicos o empresariales a largo plazo por parte de un inversionista extranjero en el país. Esta inversión es un importante catalizador para el desarrollo ya que tiene el potencial de generar empleo, incrementar el ahorro y la captación de divisas, estimular la competencia, incentivar la transferencia de nuevas tecnologías e impulsar las exportaciones, incidiendo positivamente en el ambiente productivo y competitivo del país y de Oaxaca. (Secretaría de economía , 2013)

2.5 Ubicación geográfica

Oaxaca es uno de los estados de la República Mexicana que se sitúa al sureste ocupando el quinto lugar en tamaño. La superficie que ocupa es de 95 mil 364 km². Colinda con los estados de Puebla y Veracruz al Norte, al Este con Chiapas, al Sur con el Océano Pacífico y al Oeste con Guerrero.

El territorio de Oaxaca se divide en siete regiones de acuerdo a las características propias del paisaje: sierras o montañas que atraviesan al estado de un lado a otro, las regiones son: la Cañada, la Costa, el Istmo, la Mixteca (Alta y Baja), la Sierra (Norte y Sur), Tuxtepec o Papaloapan y los Valles Centrales.

La Mixteca forma parte de una zona grande que abarca territorios de los estados de Puebla, Guerrero y Oaxaca: por esta razón la Mixteca es conocida como: poblana, guerrerense y oaxaqueña.

La Mixteca oaxaqueña es una extensión de 12,900 Km² y está conformada por 154 municipios político-administrativos que comprende los distritos de Huajuapán, Juxtlahuaca y Silacayoapan (en la Mixteca Baja), Nochixtlan, Teposcolula y Tlaxiaco (en la Mixteca Alta).

El municipio de Huajuapán de León se encuentra situado en una llanura de suelo sedimentario y calizo al norte de la Mixteca oaxaqueña, al sur de la capital de la República Mexicana y al Noroeste de la capital del Estado sobre la carretera Internacional. Su altitud es de 1,597 msnm. Sus coordenadas geográficas son: 17°

52' de latitud Norte y 97° 45' de longitud Oeste. Limita al Norte con el estado de Puebla y con los municipios de Santiago Miltepec y Asunción Cuyotepeji, al Este con los municipios de Santa María Camotlán y Santiago Huajolotitlán, al Sur con los municipios de Santiago Cacaloxtotec y San Marcos Arteaga y al Oeste con San Jerónimo Silacayoapilla, San Miguel Amatitlán y Santiago Ayuquillilla y el estado de Puebla. Las zonas conurbanas son: Santa María Xochixtlapilco, Acatlima y Rancho Solano. (Plan de Desarrollo Urbano de la H. Ciudad de Huajuapán de León, 2008, pág. 4)

Huajuapán es una ciudad meramente comercial y de prestadores de servicios, cuenta con pocas empresas dedicadas a la producción (principalmente de productos alimenticios como pan, pasteles, pollos rostizados y purificadoras de agua, fábrica de muebles tubulares, muebles de madera, hierro, monumentos de mármol, entre otros) y las que existen sólo abastecen a la misma ciudad, donde el 55% del personal ocupado se dedica al comercio, el 36.7% a prestar servicios y un 8.2% a la industria manufacturera. (Murat, 2000, págs. 51, 97 y 164)

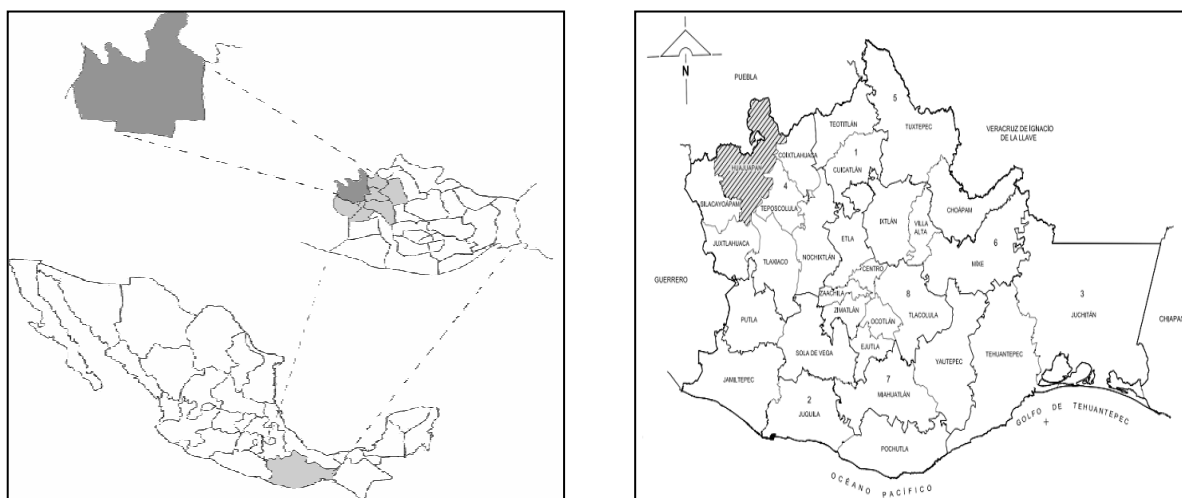
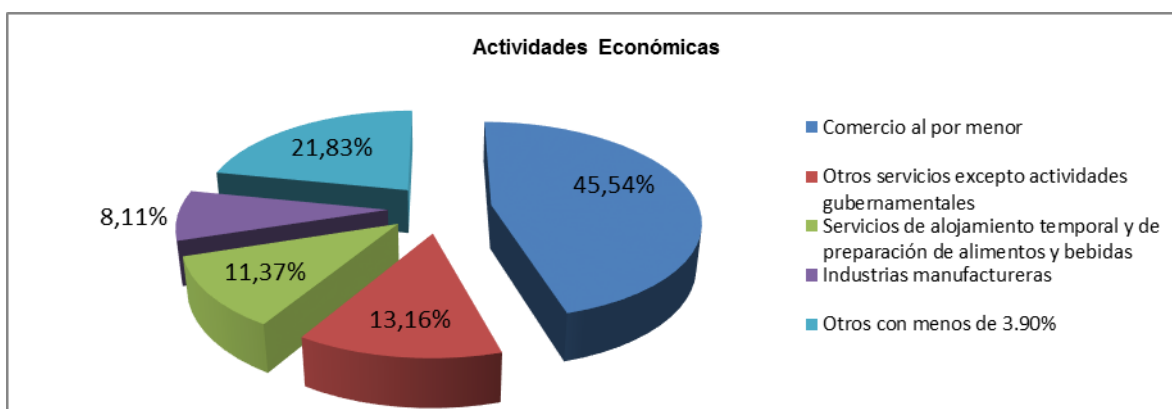


Figura 1. Ubicación geográfica de Huajuapán de León, Oaxaca
Fuente: INEGI. Marco Geo-estadístico, 2000

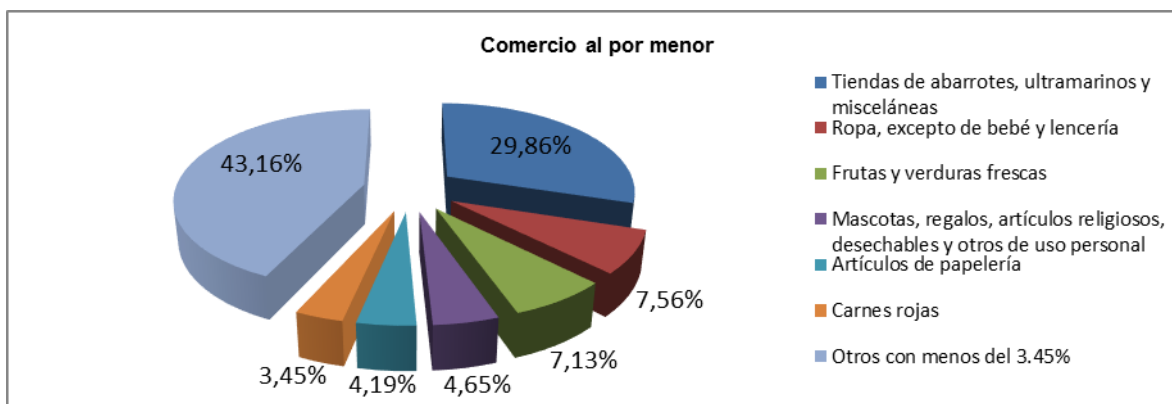
2.6 Principales actividades económicas en la ciudad de Huajuapán de León, Oaxaca.

En la ciudad de Huajuapán de León, Oaxaca de un total de 5,663 unidades económicas que se tienen registradas en el Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas (DENUE) del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) cuatro actividades representan el **78.17%** siendo la más representativa con el 45.54% por ciento y 2,579 unidades económicas el comercio al por menor seguido por otros servicios excepto actividades gubernamentales (13.16%), servicios de alojamiento temporal y de preparación de alimentos y bebidas (11.37%) e industrias manufactureras(8.11%).



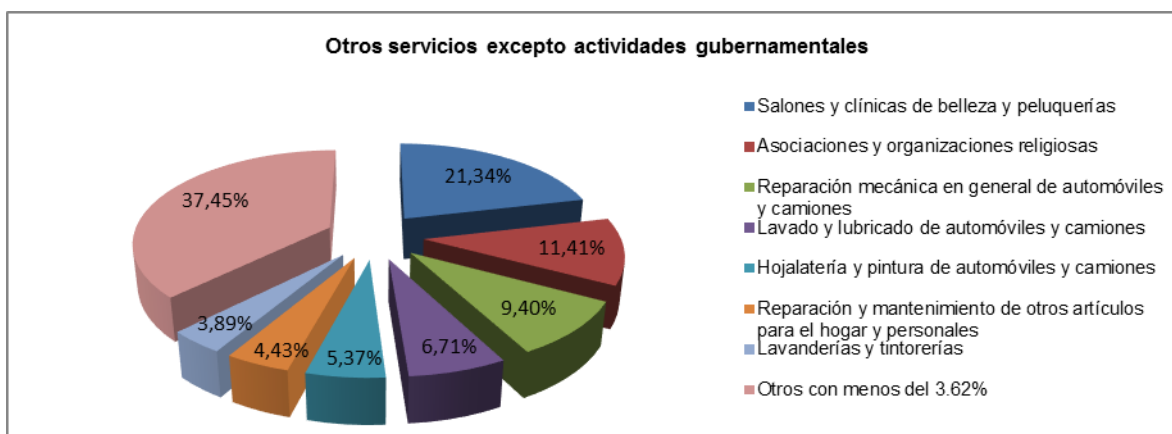
Gráfica 1. Actividades económicas en Huajuapán de León (Elaboración propia)

Del comercio al por menor de 2,579 unidades económicas las actividades más representativas con el **56.84%** por ciento son:



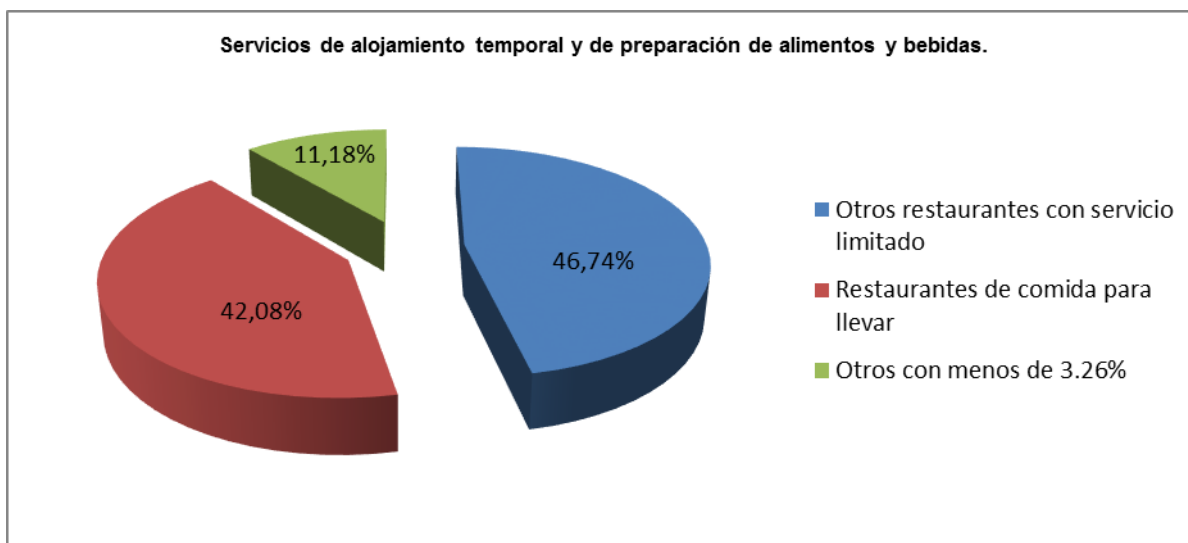
Gráfica 2. Actividades económicas de comercio al por menor en Huajuapán de León (Elaboración propia)

De otros servicios excepto actividades gubernamentales de 745 actividades económicas las más representativas con el **62.55%** por ciento son:



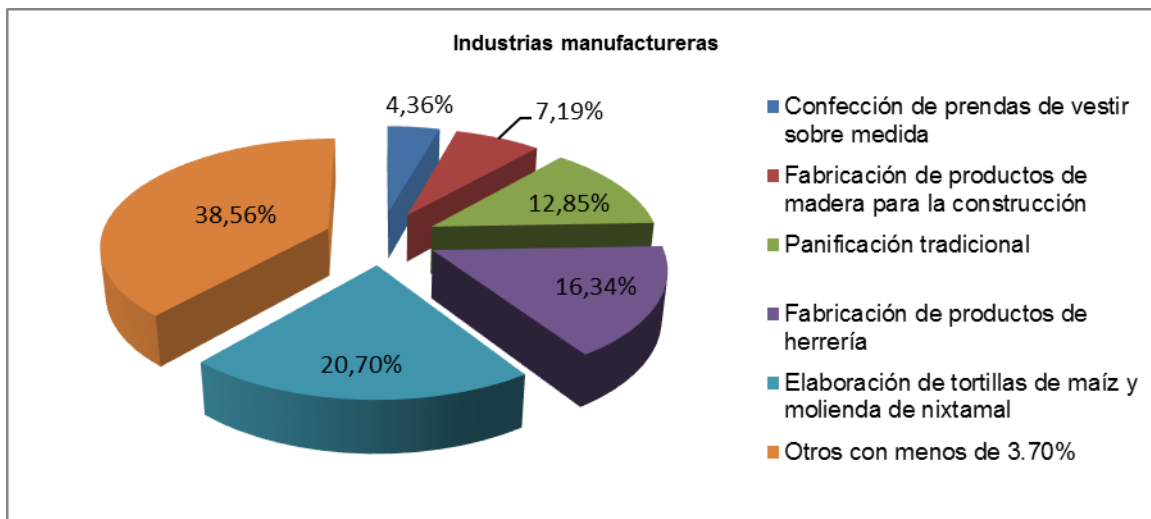
Gráfica 3. Actividades económicas de otros servicios excepto actividades gubernamentales en Huajuapán de León (Elaboración propia)

De servicios de alojamiento temporal y de preparación de alimentos y bebidas de 644 actividades económicas las más representativas con el **88.82%** por ciento son:



Gráfica 4. Actividades económicas de servicios de alojamiento temporal y de preparación de alimentos y bebidas en Huajuapán de León (Elaboración propia)

De industrias manufactureras de 459 actividades económicas las más representativas con el **61.44%** por ciento son:



Gráfica 5. Actividades económicas industrias manufactureras en Huajuapán de León (Elaboración propia)

Las micro, pequeñas y medianas empresas (PYMES), constituyen la columna principal de la economía en México por los acuerdos comerciales que ha tenido en los últimos años, su alto impacto en la generación de empleos y en la producción nacional. De acuerdo con el INEGI, en México existen aproximadamente 4 millones 15 mil unidades empresariales, de las cuales 99.8% son PYMES que generan 52% del Producto Interno Bruto (PIB) y 72% del empleo en el país.

3. Propuesta

Por medio de la incubadora de empresas “Jani” de la Universidad Tecnológica de la Mixteca (UTM) se puede impulsar la creación de MIPYMES y apoyarlas con asesoría en la elaboración de un plan de exportación, así, como en la gestión a financiamiento, asesoría, consultoría, capacitación, asistencia técnica y estudios previamente elaborados por distintas instituciones que cuentan con una gran variedad de temas como son estudios sectoriales, de mercado, de competitividad, transporte, estos tipos de programas son importantes ya que ayudan a las

empresas a iniciar o incrementar su capital y así poder mejorar y conocer aquellos puntos en los que su negocio es vulnerable, para poder desarrollar un proyecto de exportación con un producto de calidad que le permita tener acceso al comercio internacional.

Conclusiones

En el actual contexto de globalización como se mencionó la competitividad es un fenómeno reconocido entre naciones y empresas, que atraviesa y condiciona las acciones no solo individuales, institucionales sino internacionales.

Se observa que el desempeño se lleva principalmente en el comercio al por menor y una de las características es que son principalmente MIPYMES, que las oportunidades para exportar o importar son bastas solo que aún no se ha explotado por diferentes circunstancias como puede ser; desconocimiento, falta de cultura empresarial, poca industria manufacturera, etc., que en otro trabajo trataremos de analizar y así beneficiar estas oportunidades.

Se estudió para el conocimiento de los interesados (MIPYMES) el marco legal que rige el comercio exterior en México.

Se analizaron las principales actividades económicas que se desarrollan, coincidiendo que principalmente se dedican en Huajuapán de León al comercio al por menor y prestación de servicios pero que a la vez si se les da el seguimiento adecuado son una gran oportunidad tanto para exportar como para importar.

Para nosotros, como investigadores también resulta una fuente que genera varias líneas de investigación desde las cuales se pretende discernir, en este y otros trabajos, algunos aspectos como la realización de un “Análisis de factibilidad para orientar la implantación de una industria exportadora en el municipio de Huajuapán de León, Oaxaca”. El escenario actual, muestra a las empresas y naciones confrontadas en un ambiente de gran dinamismo cuya constante es el incremento de la competitividad en los mercados globales.

Las MIPYMES de la ciudad de Huajuapán de León, Oaxaca juegan un papel importante debido a que son susceptibles y con gran viabilidad de participar activamente en el comercio exterior en programas que impulsan los tres niveles de gobierno con el acceso a créditos que ofrecen estos o en su caso la banca comercial que son necesarios para poder tener una inversión en maquinaria, mejora de procesos, transporte y tecnología para que de esa manera puedan generar productos de calidad que les permita tener acceso en el comercio internacional.

Referencias

Bancomext-ITESM. (2008). Guía para exportar productos a la Unión Europea. *Guía para exportar productos a la Unión Europea*, 38.

Economía, S. d. (13 de Junio de 2013). *Secretaría de economía* . Obtenido de <http://www.economia.gob.mx/comunidad-negocios/competitividad-normatividad/inversion-extranjera-directa>

León, H. A. (2008). *Plan de Desarrollo Urbano de la H. Ciudad de Huajuapán de León*. Oaxaca.

Muñoz, A. P. (22 de 08 de 2013). *Globalización*. Obtenido de <http://economia-globalizacion.blogspot.mx/2006/01/qu-es-la-globalizacion.html>

Murat, J. (2000). *Programa de Desarrollo Regional Mixteca*. México: Glifo.

UNIÓN, C. D. (28 de Agosto de 2013). *Ley de comercio exterior*. Obtenido de LXII Legislatura Cámara de diputados H. Congreso de la Unión: <http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/28.pdf>