AAP 3420

TESIS
FI 0036
TB

UNIVERSIDAD CATOLICA ANDRES BELLO
POST-GRADO. INSTITUCIONES FINANCIERAS
ESPECIALIDAD. FINANZAS INTERNACIONALES
PROFESOR. JOSE REQUENA
MATERIA. PRACTIQUM

Universidad Católica Andrés Bello
BIBLIOTECA
Usuarios

¿EXPORTAR?

IRINA TARHAN

CARACAS, 11 DE ENERO DEL 2000

INTRODUCCION

Exportaciones no Tradicionales

Exportar productos no tradicionales hacia el mercado internacional, requiere de dedicación, estrategia y sobretodo calidad. No se trata de exportar lo que sobra en las empresas, dada la caída del consumo interno y poder de este modo recuperar las ventas o salir de inventarios.

La globalizaciòn, implica competir entre todos, lo que a su vez significa, encontrar información oportuna y mejoras en el producto, apoyándose en nuevas tecnologías y una infraestructura sólida.

Desde 1936, cuando el petróleo comenzó a sustituir las exportaciones de café y cacao en Venezuela, ningún otro producto a podido quitarle el primer lugar a tan preciado producto. Sin embargo en 1983 con la devaluación del bolívar, pequeñas empresas se dedicaron a producir para el mercado interno y externo, con el fin de poder sustituir las costosas importaciones.

En la década de los ochenta, se incrementó el deseo de exportar con los acuerdos de preferencias arancelarias firmados por el Gobierno Venezolano y la puesta en marcha de varios mecanismos de integración (reactivación del Grupo Andino), Sistema General de Preferencia, entre otros, la cual permitió a los exportadores venezolanos vender sus productos en los países vecinos con cero arancel, siendo determinante para que se incrementarán las ventas de los productos no tradicionales.

A finales de la década de los ochenta y principios de los noventa, se comenzaba a hablar del proceso de globalizaciòn, es en el año 89-90 cuando se comienzan abrir las fronteras del comercio internacional, donde el gobierno logra construir una estrategia sobre la base de una Venezuela menos dependiente del petróleo, para la cual diseño un plan económico donde las exportaciones no tradicionales pasarían a ser la prioridad.

A finales de los noventa, después de haber transcurridos diez años del famoso plan, Venezuela sigue sumergida en una gran pobreza, dependiendo en un 85% de las ventas de petróleo, a pesar de que la venta de productos no tradicionales sé a duplicado, pero no ha logrado en ningún momento ocupar el primer lugar.

Las exportaciones no tradicionales, conformadas por todo aquello que no sea hierro o petróleo, se han fortalecido en los últimos años, sin embargo desde 1997 las exportaciones de productos no tradicionales han disminuido paulatinamente.

Si es cierto que las empresas exportadores toman en cuenta variables diferentes a las empresas que no exportan, de igual manera se ven afectadas por los acontecimientos políticos y económicos del país, así como la situación de la economía mundial generada por los coletazos de la crisis asiática, en virtud de esta situación el gobierno continua con la política de abrir nuevos espacios de comercialización que permiten a las empresas exportadoras tener un radio de acción más amplio, a parte de contar con el Banco de Comercio Exterior y otras Instituciones, que financia y presta asesoría a los exportadores de productos no tradicionales.

Es importante resaltar que para que este sector prospere, es indispensable que el mismo sea apreciado por la sociedad, que exista vinculación entre la suerte de la empresa y la del sector económico, y que la economía venezolana se reactive, logrando una mayor participación de la renta no petrolera en los mercados internacionales, dándosele un mayor apoyo y promoción a la actividad empresarial en los términos y condiciones que lo requiera, así como garantizarle un mercado.

TRATADOS INTERNACIONALES.

Actualmente Venezuela mantiene más de 40 tratados comerciales de carácter bilateral, aparte de los acuerdos marcos, como el Protocolo de la Comunidad Andina de Naciones, El Grupo de los Tres, La Asociación Latinoamericana de Integración, Organización Mundial de Comercio y el Pacto de San José entre otros.

Estos acuerdos se establecen con el fin de reducir significativamente los aranceles para la exportación de productos venezolanos, así como el trato preferencial a las mercancías de origen nacional.

En América existen acuerdos parciales con: Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras, Nicaragua, Cuba, Trinidad y Tobago, Guyana y la Caricom, todos ellos en el marco de la Aladi

Con algunos países europeos también se han suscrito acuerdos de alcance parcial entre Venezuela y Portugal, así como el Acuerdo Marco de Cooperación suscrito entre la Comunidad Económica Europea y los Países miembros del Acuerdo de Cartagena.

Comunidad Andina de Naciones

Es uno de los convenios multilaterales más importantes que ha suscrito Venezuela, a través del Acuerdo de Cartagena, considerándose el convenio mejor desarrollado con las instituciones más fuertes dentro de los países latinoamericanos y caribeños.

La importancia de este acuerdo refleja el auge de intercambio comercial entre Venezuela y Colombia, el cual experimento un gran crecimiento entre 1993 y 1994.

La CAN es de hecho y de derecho una unión aduanera. Hasta los actuales momentos la zona de libre comercio ha funcionado plenamente entre los países miembros, sobretodo el intercambio de mercancías originarias de Colombia, Bolivia, Ecuador, Perú y Venezuela. También se ha facilitado el comercio de servicios y la liberación del Régimen de Inversiones Extranjeras.

Todo esto funciona en un mercado de más de 100 millones de consumidores, que anualmente realizan exportaciones por 32 mil millones de dólares e importaciones por 28 mil millones de dólares.

En la actualidad el intercambio de bienes entre los países del antiguo Pacto Andino está completamente libre de aranceles y relativamente libre de restricciones.

A pesar de ser un tratado donde hay gran cantidad de beneficios, existen graves problemas entre Colombia y Venezuela no solo por el comercio del café, sino también por los altibajos diplomáticos y comerciales de la región, en la cual el Gobierno Nacional puede impedir el ingreso y egreso del transporte de carga entre Colombia Venezuela. Esta medida fue tomada por Venezuela, debido a que no existe ningún tipo de seguridad por parte de Colombia para aquellas personas y bienes que desarrollan la actividad comercial, dada la violencia de la guerrilla, paramilitares y los carteles de la droga que imperan en dicho país.

Objetivos.

- Promover el desarrollo equilibrado y armónico de los Países Miembros en condiciones de equidad, mediante la cooperación económica y social.
- Armonización gradual de las políticas económicas y sociales y la aproximación gradual de las legislaciones nacionales en las materias pertinentes.
- Establecer un programa de liberación de intercambio comercial más avanzado que los compromisos derivados del Tratado de Montevideo en 1980
- Un arancel externo común cuya etapa previa será la adopción de un arancel externo mínimo común.

A partir de estos objetivos se deriva la mayor parte de las facilidades para exportar entre los países del Pacto Andino. Pero a pesar de ello, también existen limitaciones, fundamentalmente para la celebración de acuerdos bilaterales y multilaterales individuales en materia de aranceles, puestos que los Países Miembros se obligan a establecer un arancel externo común que deberán contemplar niveles adecuados de protección a favor de la producción subregional, teniendo en cuenta el objetivo de armonizar gradualmente las diversas políticas económicas de los Países Miembros. Como parte de este objetivo se regula el sistema de franjas de precios, donde dice que cuando un país de la Comunidad Andina ha otorgado preferencias más favorables a un tercer país, sus exportaciones lesionan el comercio en la Subregión, es por eso que Colombia a solicitado salvaguardar sus exportaciones hacia Venezuela, ya que su comercio se ha visto lesionado por la negociación que ha hecho nuestro país con terceros países.

Tratado de Libre Comercio del Grupo de los Tres

Con el Tratado del G-3 se formó una zona de libre comercio entre México, Colombia y Venezuela de 145 millones de habitantes. Este Tratado incluye una importante apertura de mercados para los bienes y servicios mexicanos y establece reglas claras y transparentes en materia de comercio e inversión, otorgando certidumbre a los agentes económicos. Además, se permite la adhesión a terceros países de América Latina y el Caribe.

El G-3 representa oportunidades para aumentar y diversificar las exportaciones y producción, generar empleos productivos y bien remunerados, economías de escala vía alianzas comerciales y de inversión, mayor competitividad y crecimiento que se traducen en un mayor bienestar.

A través del Consejo Asesor, se aseguró en la negociación del Tratado, la participación del gobierno, los empresarios y los sectores laborales, campesinos y académicos. De esta manera, los empresarios, encabezados por la Coordinadora de Organismos Empresariales de Comercio Exterior (COECE), actuaron en el "cuarto de a lado" como asesores y consultores de los negociadores de México, garantizando así, que los intereses de los empresarios fueran considerados en la mesa de negociación.

El Tratado del G-3 incluye los siguientes temas:

Trato Nacional Y Acceso De Bienes Al Mercado

Habrá acceso libre de barreras al comercio de bienes a los mercados de Colombia y Venezuela, que en 1993 compraron al mundo 21 mil millones de dólares, de los cuales México les exportó 500 millones.

1. ***Programa de desgravación***

- Incluye un programa de eliminación arancelaria para el universo de productos industriales, con excepción temporal del comercio de productos textiles con Venezuela.

- Esquema general de eliminación arancelaria gradual a 10 años.

- Con Colombia habrá liberación inmediata para el 40% del comercio bilateral con México y desgravación a cinco años para otro 5%, a través del acuerdo de eliminación expedita de aranceles para productos negociados en ALADI.

  - Se reconocen las preferencias negociadas con anterioridad en el marco de la ALADI, para fijar los aranceles de partida en la desgravación.

  - Existe la posibilidad de acelerar el proceso de desgravación.

2. ***Acceso a mercados***

  - Se establecen disciplinas que aseguran el trato nacional a los bienes de los países miembros.

  - Se prohibe elevar y adoptar nuevos aranceles.

- Se prohibe y se eliminan las barreras no arancelarias, con excepción de los bienes usados, del petróleo y de los petrolíferos.

3. ***Sector Automotor***

- Se crea un Comité integrado por representantes de los tres países y asesorado por el sector privado. Sus funciones son las de proponer a la Comisión Administradora del Tratado mecanismos para promover el comercio en este sector y reglas de origen específicas, a más tardar al término de un año de entrado en vigor el Tratado.

- Al inicio del tercer año de vigencia del Tratado y una vez acordado lo anterior, se eliminarán los aranceles en un plazo de diez años.

- Los bienes automotores usados estarán excluidos del programa de desgravación.

4. ***Sector Agropecuario Y Medidas Fitosanitarias Y Zoosanitarias***

Agricultura

- Se acordó un esquema general de desgravación a 10 años.

- Se incluye una lista de excepciones temporales por cada país, que será revisada anualmente.

- Aplicación, durante los primeros diez años, de una salvaguarda especial tipo arancel-cuota entre México y Venezuela en un grupo reducido de productos.

- Las partes se comprometen a minimizar los efectos distorsionantes de los apoyos internos sobre el comercio y la producción, reservándose

el derecho de modificar sus esquemas actuales de apoyo, de conformidad con los derechos y las obligaciones en el GATT.

- Se crea el Comité de Comercio Agropecuario, que cada año revisará la operación de este capítulo y que servirá como foro de consultas.

- Los subsidios a la exportación quedan prohibidos al concluir la desgravación de los bienes agropecuarios incluidos en el Tratado.

- Se crea un Comité de Análisis Azucarero cuya función será la de buscar un acuerdo entre los tres países respecto al comercio de azúcar, a más tardar seis meses después de la entrada en vigor de este Tratado. Las Partes acordaron incluir un grupo de productos a un programa de desgravación de 15 años, el cual queda sujeto a que el Comité llegue a un acuerdo. En caso de no llegar a dicho acuerdo, este grupo de productos pasarían al listado de exclusiones temporales.

- Se crea un Grupo de Trabajo de Normas Técnicas y de Comercialización Agropecuarias que revisará la aplicación y efectos de las normas técnicas o de comercialización de bienes del sector agropecuario que afecten el comercio entre las Partes.

- Se establece el compromiso de otorgar trato nacional a los productos importados en la aplicación de normas técnicas o de comercialización agropecuaria.

Medidas fitozoosanitarias

- Se establecen reglas y principios para la elaboración, adopción y aplicación de estas medidas; su propósito es promover el comercio de productos sanos.

- Se acuerda el uso de normas internacionales como una base para la elaboración, adopción y aplicación de las medidas.

- Se crea un Comité para promover la cooperación técnica, contribuir al mejoramiento de las condiciones fitozoosanitarias en los tres países y emitir recomendaciones expeditas a problemas específicos.

Reglas de origen

Promueven una mayor utilización y empleo de los recursos e insumos de la región en el comercio recíproco para asegurar que los beneficios del Tratado permanezcan en la región evitando la triangulación. La eliminación de aranceles se aplicará a:

- Bienes producidos en su totalidad en la región; bienes cuyos materiales cumplan con un cambio arancelario y/o que cumplan con un requisito de contenido regional.

- Existen más de 1,000 reglas específicas para todos los productos clasificados en el Sistema Armonizado.

- El requisito de valor de contenido regional es de 55% bajo el método de valor de transacción, salvo para químicos, metalmecánica, maquinaria y equipo, y electrónica cuyo contenido regional será de 50%.

- Para las reglas específicas de origen de los sectores químico y plásticos, textil, cobre y aluminio, se establece un Comité de Integración Regional de Insumos (CIRI), integrado por representantes del sector público y privado de los tres países, el cual evaluará la capacidad de abastecimiento de insumos.

- Se crea un Grupo de Trabajo de Reglas de Origen para asegurar la efectiva implementación y administración de este capítulo y para implementar cualquier modificación al capítulo que se considere necesario.

Procedimientos aduanales

- En este capítulo se regula la certificación y verificación del origen de las mercancías. La certificación de origen es responsabilidad del productor o exportador. La autoridad del país exportador validará el certificado. Se faculta a la autoridad del país importador para verificar el cumplimiento del origen.

- Se establece un Grupo de Trabajo de Procedimientos Aduanales para procurar que se llegue a acuerdos sobre la interpretación, aplicación y administración de este capítulo.

Salvaguardas

- Se aplican para proteger a la industria nacional contra aumentos en importaciones en condiciones o cantidades tales que causen o amenacen causar daño grave como resultado de la aplicación del programa de desgravación arancelaria con las siguientes características: serán de carácter arancelario; tendrán una duración máxima de un año, prorrogable por uno más; y las medidas bilaterales sólo se podrán aplicar durante el período de transición al libre comercio, más cinco años o bien, quince años a partir de la entrada en vigor del Tratado.

- Se define un procedimiento claro de compensación para evitar el uso injustificado de la salvaguarda con fines proteccionistas.

- Se preserva el derecho de adoptar medidas de emergencia al amparo del artículo XIX del GATT.

Practicas desleales de comercio internacional

- Con este capítulo se busca promover la competencia y el comercio leal entre los países miembros.

- Se establecen compromisos para no otorgar subsidios a bienes industriales destinados al mercado de las otras Partes.

- Se acordaron normas que garantizan la aplicación transparente y justificada de las medidas de defensa contra estas prácticas.

- Cada país aplicará su legislación en la materia de conformidad con GATT.

- Se tiene el derecho de aplicar cuotas compensatorias a bienes que hayan recibido subsidios para su exportación o en condiciones de dumping.

- Se incluyen preceptos que garantizan simetría y reciprocidad en las investigaciones contra prácticas desleales, así como mecanismos que aseguran la defensa de los exportadores antes de la determinación de cuotas compensatorias. La vigencia máxima de las cuotas son cinco años si ninguna de las partes ha solicitado su revisión o se ha hecho de oficio.

Asociación Latinoamericana de Integración. ALADI.

La Asociación Latinoamericana de Integración fue establecida después de la firma del instrumento jurídico, creado por el Tratado de Montevideo en el año 1980. El Tratado de Montevideo, que incluye los países de Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Ecuador, México, Paraguay, Perú, Uruguay y Venezuela, buscan un proceso de integración económica, comenzando en 1960 con el establecimiento de la Asociación Latinoamericana de Libre Comercio (ALALC), por el Tratado de Montevideo de 1960.

La organización persigue el proceso de integración de la región, que conduce al desarrollo socioeconómico, armónico y equilibrado de los países.

Deberes.

- Promoción y regulación del comercio recíproco.
- Desarrollo de la complementariedad económica.
- Ayuda de las acciones para que la cooperación económica anime la extensión del mercado.

Los países miembros han establecido un área de preferencias económicas, abarcando acuerdos regionales de preferencia de tarifas y creando las condiciones que favorecen la participación del país en una etapa relativamente menos avanzada del desarrollo económico en el proceso de integración económica, basados en el principio de la reciprocidad y de la cooperación de la comunidad.

En 1966 los países miembros de la ALALC firmaron un acuerdo que establecía la remuneración multilateral y un mecanismo recíproco de crédito, se modifica en 1973 en República Dominicana y es ajustado en 1982, de acuerdo a la guía de consultas de la ALADI, manteniendo las características generales del pacto anterior. Las características principales son las siguientes:

- Establecimiento de líneas de crédito bilaterales denominadas en dólares de los Estados Unidos de América, entre cada uno de los Bancos Centrales de los Países Miembros.
- Remuneración multilateral, pagada cada cuatro meses, de acuerdo al acumulado de las cuentas bilaterales y los equilibrios excepcionales pagados en dólares de los Estados Unidos de América, generalmente a través de las Reservas Federales de Nueva York.
- El pago entre Bancos Centrales es un sistema voluntario, aunque si se hace necesario los Bancos Centrales de los Países Miembros lo pueden hacer obligatorio.

En 1991 se incluyó un mecanismo transitorio de financiamiento de créditos, es decir, un programa automático de pago. Este mecanismo procura prever las dificultades ocasionada por la iliquidez de los Bancos Centrales de los países miembros buscando que puedan hacer frente al pago de sus obligaciones con los organismos multilaterales.

Existe otro mecanismo de crédito que fue diseñado para ayudar a financiar el comercio intraregional, la cual consiste en una línea de crédito proporcionada por las Bancos Centrales de los Países Miembros, la cual será utilizada cuando se presenten problemas de iliquidez temporal, como resultado de:

- Déficit producido por el pago, producto del comercio intraregional.
- Déficit en los pagos totales de los países respectivos.
- Déficit causado por desastres naturales.

INSTITUCIONES FINANCIERAS QUE PROMUEVEN LAS EXPORTACIONES

BANCO DE COMERCIO EXTERIOR. BANCOEX.

BANCOEX, es una institución financiera de segundo piso creada en 1997, con el objeto de prestar servicios a las empresas venezolanas exportadoras o no, con potencial para exportar productos y/o servicios no tradicionales, bien sea directamente o a través de bancos nacionales, los cuales se les han otorgado líneas de crédito en dólares para financiar dichas exportaciones.

Con la creación de BANCOEX se fundaron las bases para el desarrollo de un moderno y eficaz sistema de financiamiento para las operaciones de exportación.

Dentro de las principales áreas de acción de dicha Institución, tenemos:

A. **Financiamiento**: BANCOEX, ofrece recursos en dólares para financiar actividades de comercio exterior, a tasas y plazos competitivos, tanto a los importadores de bienes o servicios venezolanos, como al exportador venezolano, a través de líneas de crédito con la banca nacional e internacional.

   Dentro de los diversos créditos que otorga la Institución podemos mencionar los siguientes:

   a) **Crédito al exportador:** BANCOEX pone a su disposición recursos financieros para atender sus necesidades de capital de trabajo e inversión, con el objeto de apalancar sus operaciones de exportación, consiguiendo recursos en dólares a tasas y plazos competitivos. Dentro de este tipo de financiamiento tenemos:

I. Financiamiento para capital de trabajo: Esta modalidad de crédito va dirigida a compra de insumos, pagos de mano de obra, inventario, servicios corrientes o gastos generales de fabricación, utilizados para incrementar la oferta exportable.

Va dirigido a empresas exportadoras de bienes y servicios no tradicionales. Nuevas empresas cuya finalidad es la exportación de bienes y servicios no tradicionales. Empresas establecidas no exportadoras pero con potencial para comenzar a exportar. Exportadores indirectos (proveedores de materia prima, bienes o servicios a exportadores de productos no tradicionales). Grandes industrias que se asocien con la pequeña industria exportadora de bienes o servicios no tradicionales.

Generalmente este tipo de financiamiento es pre-embarque y las líneas de crédito son a corto y mediano plazo.

II. Financiamiento para inversiones fijas: Esta modalidad es dirigida para la adquisición de tecnología, reconversión industrial, modernización de la empresa, infraestructura de transporte, medios de transporte (compra, alquiler y arrendamiento), maquinaria, obras de mejoramiento industrial, ampliación y construcciones.

Va dirigido a aquellos exportadores de bienes y servicios no tradicionales, igual que en el caso de financiamiento para capital de trabajo. Son

créditos a mediano y largo plazo, que se canalizan a través de la banca nacional, con un tipo de financiamiento pre-embarque.

III. Financiamiento para la comercialización de bienes y servicios no tradicionales: Si la empresa compra bienes no tradicionales y los exporta, necesita realizar estudios de mercados, gastos promocionales, gastos de licitación, gastos de envío, empaque o transporte, entonces sus operaciones forman parte del esfuerzo exportador y pueden ser financiados por BANCOEX.

Las empresas que pueden optar a este tipo de financiamiento a través de la Banca nacional, son todas aquellas empresas comercializadoras de bienes y servicios de exportación producidos por empresas del sector no tradicional. Generalmente las líneas de crédito utilizadas son a corto plazo y se pueden llevar a cabo a través de financiamiento pre-embarque y post-embarque.

Generalmente este tipo de financiamiento es llevado a cabo en dólares americanos, y el exportador recibirá dólares los cuales podrán ser cambiados a la moneda local para cancelar gastos locales y al vencimiento devolverá capital e intereses en dólares o su equivalente en el momento de cada pago.

El exportador tiene asegurada su capacidad de pago, ya que cobra sus ventas en divisas. Además, tiene mayor seguridad sobre los intereses que tendrá que pagar sobre el financiamiento, sobretodo su deuda se amortizará linealmente. En cambio si se endeudará en bolívares, en

las condiciones actuales, la amortización real del financiamiento le resultaría muy acelerada y lo pondrían en dificultades de liquidez.

BANCOEX, financia generalmente operaciones de corto plazo, como capital de trabajo, aunque puede financiar la adquisición de bienes de capital con financiamientos a mediano plazo, hasta por tres años.

b) **Crédito al comprador:** Es un mecanismo de financiamiento que le permite ofrecerle atractivos plazos a los compradores de productos de exportación venezolanos, mientras que el exportador recibe el valor de la venta en el momento del despacho. Este programa es tramitado a través de los bancos en el país del importador

El comprador no tendrá que pagar la importación de contado, con esto puede manejar de forma más eficiente su flujo de caja, recuperar su inversión y cancelar en su oportunidad la importación.

El exportador cobrará una vez que presente en BANCOEX los documentos estipulados en la carta de crédito así como la póliza de seguro de crédito.

El plazo de financiamiento estará determinado por el tipo de bien o servicio. Normalmente para bienes de consumo o intermedio que son procesados en forma rápida el plazo no es superior a 180 días. Para bienes de capital se pueden considerar plazos mayores, esto dependerá del análisis que se haga en la solicitud.

El exportador cancelará el costo de correo y de las telecomunicaciones entre los bancos, así como el seguro de crédito al exportador. Si se conviene con el importador, podrían ambos correr con los gastos de la operación de la carta de crédito en forma total o parcial. Adicionalmente el importador deberá cancelar los intereses del financiamiento de la venta, de acuerdo con la negociación entre el exportador e importador, se establecen los gastos por comisión.

La carta de crédito le garantizará al exportador el cobro de su venta con la sola presentación de los documentos establecidos, sin depender de la solvencia de su cliente, sino de la del banco emisor. Esto le permite a BANCOEX suministrar los fondos necesarios para financiar al comprador y con ello apoyar a los exportadores.

B. **Promoción de exportaciones:** BANCOEX tiene encomendada dentro de sus funciones, la ejecución de las políticas de promoción de las exportaciones distintas del petróleo, y por ende, estimular el crecimiento del sector exportador nacional, la Institución cuenta con su propio patrimonio de promoción de exportaciones, cuyo rendimiento se utiliza para cubrir parte de los costos de las actividades de promoción.

La promoción se realizará bajo las siguientes modalidades:

a) **Misiones Comerciales:** BANCOEX se encargará de llevar a cabo misiones comerciales, donde el exportador podrá seleccionar el mercado (país) de su interés y participar en un fructífero viaje de negocios, donde especialistas de BANCOEX se encargan de prepararle al exportador reuniones con potenciales compradores.

b) **Encuentros Empresariales:** Son reuniones de empresarios que se celebran en un país determinado (país sede del evento) y cuenta con la participación de delegaciones de dos o más países, quienes se congregan con el objetivo de establecer contactos oficiales o intercambios comerciales.

c) **Ferias Internacionales:** Son excelentes para promover los productos a exportar. Se llevan a cabo a través de exhibiciones comerciales, sectoriales o multisectoriales, donde participan empresas de diversos países, los cuales conforman pabellones para exponer los productos o servicios ofrecidos por las empresas participantes de cada país. Generalmente las ferias empresariales son visitadas por una gran afluencia de personas interesadas en concretar negocios.

C. **Seguro:** El Banco de Comercio Exterior, a través de su empresa relacionada LA MUNDIAL, C.A. VENEZOLANA DE SEGUROS DE CREDITO, ofrecen las herramientas necesarias para la tranquilidad y protección del exportador.

La mundial es una compañía mixta, que tiene como accionistas al Banco de Comercio Exterior, BANCOEX, Reaseguradora Internacional Venezuela y un pool de compañías de seguro del país. Su función es prestar servicio a los exportadores, que va desde el asesoramiento general hasta la explicación de los diferentes pasos específicos que deben cumplirse para la obtención de las pólizas, que brindan cobertura para los riesgos de insolvencia de clientes compradores a crédito.

Este mecanismo de modalidad de seguro, surge de la necesidad que tenían los productores y exportadores de los países industrializados de contar con un apoyo en el momento de otorgar el crédito a sus compradores.

En Venezuela se contempla la cobertura de riesgos comerciales, políticos y extraordinarios de los créditos otorgados por el productor-exportador venezolano para protegerlo contra la falta de pago de sus importadores.

Ventajas de un seguro de crédito.

- Asesoramiento y prevención: A través de la compañía de seguro los productores-exportadores pueden obtener información financiera, fidedigna y confidencial de sus posibles compradores, con lo cual se evita incurrir en transacciones de alto riesgo.

- Incremento de la capacidad financiera del productor-exportador frente a la banca comercial, debido a que la póliza puede sustituir garantías que los bancos generalmente exigen para otorgar financiamiento.

- El productor-exportador se vuelve más competitivo al no tener que exigir carta de crédito o aval bancario a sus compradores.

- La tasa a aplicar es dependiendo del caso, debido a que en esta modalidad se realiza un estudio para cada caso, analizándose también al productor-comprador y al exportador-importador.

FONDO LATINOAMERICANO DE RESERVAS. FLAR.

El FONDO LATINOAMERICANO DE RESERVAS, es una persona jurídica de derecho internacional público con sede en la ciudad de Santafé de Bogotá, Colombia, el cual a partir del 12 de marzo de 1991 sustituyó al Fondo Andino de Reservas, mediante la modificación del Convenio Constitutivo, a fin de permitir el ingreso a todos los países de la región, comenzando por el resto de los Países Miembros de la Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI). Los Países Miembros son: Bolivia, Colombia, Ecuador, Perú y Venezuela.

Objetivos.

- Acudir al apoyo de la balanza de pago de los Países Miembros otorgando crédito o garantizando préstamos a terceros.

- Contribuir a la armonización de las políticas cambiarias, monetarias y financieras de los Países Miembros, facilitándoles el cumplimiento de los compromisos adquiridos en el Marco del Acuerdo de Cartagena y del Tratado de Montevideo.

- Mejorar las condiciones de las inversiones de las reservas internacionales afectadas por los Países Miembros.

El Convenio Constitutivo le otorgó a la Institución una gran flexibilidad para crear nuevos instrumentos y servicios financieros en beneficio de los Países Miembros y del proceso de integración regional. Adicionalmente a los crédito de apoyo a las Balanzas de Pago de los Países Miembros, que se concede a cuatro años de plazo, incluyendo uno de gracia, el FLAR ha venido ampliando o creando nuevos mecanismos los cuales se resumen a continuación:

1. Crédito de apoyo a la reestructuración de la deuda pública externa, la cual puede ser otorgado en condiciones de co-

financiamiento con otros organismos multilaterales, a un plazo hasta de cuatro años, incluyendo un periodo de gracia de un año.

2. Créditos de liquidez, que tiene por objeto ayudar a cubrir deficiencias transitorias de liquidez de los Banco Centrales, se otorga hasta por un año de plazo.

3. Créditos al Comercio Exterior, considerados por el FLAR de vital importancia para fortalecer el sector externo de los Países Miembros, se efectúan a través del financiamiento de sus exportaciones, mediante los siguientes instrumentos que han sido establecidos con el siguiente objeto:

    - Compra de aceptaciones bancarias a entidades regionales, tales como el Banco Latinoamericano de Exportaciones, (BLADEX) y la Corporación Andina de Fomento, (CAF).

    - Financiamiento de exportaciones, a través de la Banca Comercial de los Países Miembros y no miembros del FLAR, así como de organismos oficiales, mediante líneas de crédito utilizables para transacciones de exportación, en las fases de pre y post embarque, a corto y mediano plazo.

4. Anticipos destinados a atender necesidades transitorias de tesorería de la banca comercial, a un plazo no mayor de 180 días. Se otorgan con garantías de títulos valores de primera clase.

5. Peso Andino, el cual fue creado como un medio de pago internacional que permite realizar transacciones entre los Bancos Centrales de los Países Miembros.

6. Financiamiento contingente, este servicio está destinado a ayudar a los Países Miembros a solventar desequilibrios temporales, de origen frecuentemente especulativo y de carácter transitorio, no relacionados con una inconsistencia fundamental de las condiciones de equilibrio básicas de la Balanza de Pagos.

Servicios a los Bancos Centrales.

1. Créditos de reestructuración de la Deuda Pública Externa: Este mecanismo es creado con el propósito de apoya a los Países Miembros en las negociaciones de reestructuración de la Deuda Pública Externa. Este crédito se otorga en condiciones de co-financiamiento con otros organismos multilaterales y constituye un aporte significativo ya que como en otras actividades crediticias del FLAR la disponibilidad de giro aumento proporcionalmente con el monto de capital pagado de cada país.

2. Financiamiento Contingente, servicio creado para enfrentar las contingencias básicas de carácter coyuntural y reversible, de origen externo e interno sobre los mercados de divisas y la balanza de pagos.

3. Depósitos a término, este servicio se presta a los Bancos Centrales de los Países Miembros y otros organismos oficiales, ofreciendo tasas de interés competitivas con las del mercado internacional y un alto nivel de seguridad.

4. Servicios de cuenta call: Este mecanismo permite a los Bancos Centrales un acceso inmediato a sus fondos de depósito con el FLAR. El Fondo reconoce al respectivo Banco Central un rendimiento capitalizable diariamente en términos competitivos.

5. Fideicomiso de aceptaciones Bancarias y de Valores, viene dado por la movilización de valores con las instituciones que prestan servicios de custodia al FLAR en Europa y los Estados Unidos.

Créditos a los Bancos Comerciales

1. Financiamiento a las exportaciones, este servicio se presta mediante la concesión de líneas de crédito a corto plazo a bancos comerciales de la Comunidad Andina y de Brasil a través del descuento de aceptaciones bancarias.
2. Anticipos, otorgan liquidez a los bancos comerciales de los Países Miembros, mediante la cesión temporal al FLAR de los derechos, sobre valores emitidos por entidades aceptables para el Fondo.

En referencia al financiamiento de exportaciones por parte del FLAR, al otorgar líneas rotativas de crédito a los bancos comerciales, permite a los mismos otorgar financiamiento a los exportadores a un plazo máximo de 180 días, a través de financiamientos pre-embarque y post-embarque, a tasas altamente competitivas y estando los bancos exonerados del encaje legal.

BANCO LATINOAMERICANO DE EXPORTACIONES. BLADEX.

El Banco Latinoamericano de Exportaciones ubicado en Panamá, tiene como objetivo, diversificar los riesgos crediticios y servir a todos sus mercados, aplicando estrictos criterios comerciales a sus créditos.

Los límites por país y por cliente se revisan una vez al año, siendo estos limitados al 5% del total de la cartera de crédito. Adicionalmente los límites de crédito se establecen sobre la base del capital del Banco, al igual que el patrimonio de cada cliente. La naturaleza de corto plazo de la mayor parte de la cartera de crédito, permite una mayor flexibilidad en el manejo de la composición de la misma.

Las principales fuentes de recurso del BLADEX son los depósitos interbancarios, las obligaciones a corto plazo con la banca internacional y las colocaciones en los mercados internacionales de capitales. Las otras fuentes de recursos importantes del Banco son las obligaciones y colocaciones a corto y mediano plazo.

Los bancos centrales continúan siendo una importante fuente de recursos, la cual han contribuido actualmente con el 76% de los depósitos y el remanente proviene de un gran número de instituciones financieras de la región.

Las obligaciones a corto plazo representan en su mayoría facilidades crediticias de comercio exterior a corto plazo de la banca internacional y colocaciones de euro-papel comercial.

BLADEX se dedica a la actividad de cambio de divisas solo como un servicio por cuenta de sus clientes y para la cobertura de sus propios riesgos cambiarios cuando así sea necesario y no asume posiciones cambiarias abiertas.

Principales accionistas.

- Clase A: Bancos Centrales, Banco de Capital Mayoritario Estatal, otras Entidades Estatales, dentro de los cuales podemos citar, Banco de la Nación Argentina, Banco Central de Costa Rica, Banco Central de Ecuador, Banco de México, Banco de Jamaica, Banco de Comercio Exterior de Venezuela.

- Clase B: Banco y Sociedades Financieras de capital latinoamericano, Bancos argentinos, bolivianos, chilenos, colombianos, ecuatorianos, entre otros.

Características de sus Productos Financieros.

1. **Financiamiento de comercio exterior a bancos a corto plazo:**

    - Negocio tradicional del Banco.
    - Autoliquidable por naturaleza.
    - Bancos clientes prestan a empresas vinculadas al comercio exterior.
    - Financiamiento pre y post embarque de importaciones y exportaciones.
    - Principal proveedor de comercio exterior a muchos de los Bancos clientes.

2. **Préstamos a mediano plazo:**

    - Mercado altamente selectivo en términos de mercado y prestatarios.
    - Prestatarios de alta calidad, principalmente bancos clientes tradicionales.

- Transacciones en su mayoría relacionadas con el comercio exterior.
- Plazos de uno a cinco años, con promedio de vida de dos a tres años.

3. **Préstamos corporativos a través de cofinanciamientos:**

- Cofinanciamientos con bancos locales e internacionales.
- Comparten participación de riesgos y capacidad de suscripción.
- Los bancos clientes proveen conocimientos del mercado y apoyo en análisis de crédito.
- No compiten con los bancos clientes por sus negocios corporativos.
- Realiza su propia evaluación de riesgo.

4. **Cartas de crédito y garantías:**

- Cartas de crédito comerciales que cubren las importaciones de la región, inclusive a nivel intra-regional.
- Genera ingresos por comisiones.

5. **Cobertura de riesgo país:**

- Cobertura de riesgos de transferencia y convertibilidad de moneda local a dólares americanos, de transacciones comerciales.
- Aísla el riesgo país de los créditos comerciales e inversiones.
- Facilita a los inversionistas extranjeros el aumento de su exposición crediticia en países de la región.

6. **Factoraje Internacional:**

- Intermediación en las ventas de cuentas abiertas de exportadores de la región.
- La meta final es desarrollar el factoraje a nivel intra-regional.
- Banca local o casas de factoraje de la región asume el riesgo comercial de importadores.
- Alianzas estratégicas con casas de factoraje de Estados Unidos.

7. **Generación y distribución de activos:**

- Generación de activos de alta calidad.
- Enfoque en la generación de activos vendibles, principalmente relacionados con el comercio exterior.
- Financiamiento estructurado para distribución y sindicalización.

CORPORACION ANDINA DE FOMENTO. CAF.

La Corporación Andina de Fomento es una Institución financiera Internacional, cuya misión es apoyar el desarrollo sostenible de los países accionistas y la integración regional.

Los principales socios son los Países de la Comunidad Andina: Bolivia, Colombia, Ecuador, Perú y Venezuela, además de Brasil, Chile Jamaica, México, Panamá, Paraguay, Trinidad y Tobago y 22 Bancos privados de la región.

En un escenario internacional caracterizado por la globalizaciòn de las economías y la competitividad, los principales negocios de la CAF, se orientan actualmente a reforzar los procesos de reforma estructural que llevan a cabo los países accionistas, cuya mayor peculiaridad es la integración de los sectores público y privado en la actividad productiva, en un contexto de diversificación, eficiencia y rentabilidad.

Objetivos.

- Otorga préstamos y líneas de crédito a entidades financieras y a la banca comercial, tanto pública como privada, con el fin de financiar operaciones de comercio exterior y capital de trabajo.
- Pone a disposición del sector financiero, créditos globales y líneas de crédito para canalizar recursos hacia diversos sectores productivos, en especial a la pequeña y mediana empresa, permitiéndole acceder a la CAF en forma directa.
- Ofrece servicios de banca de desarrollo a los gobiernos y a sus agencias para financiar proyectos prioritarios, principalmente en los sectores de infraestructura física e integración.
- Ofrece servicios de banca de inversión, tales como participación accionaria, adquisición y garantías para la emisión de títulos, estructuración y

financiamiento de proyectos con garantías limitadas, cofinanciamientos, préstamos sindicados, garantías financieras, entre otros.

- Administra fondos de otras instituciones para proyectos orientados a financiar sectores socieconomicamente marginados, como pueblos indígenas o rurales.
- Suministra cooperación técnica destinada a facilitar la transferencia de conocimientos de tecnología, completar la capacidad técnica existente entre los Países Miembros y elevar la competitividad externa de los sectores productivos.
- Promueven el desarrollo humano sostenible en los sectores menos favorecidos de la población y apoya el crecimiento y la consolidación del sector microempresarial, mediante el fortalecimiento y la consolidación de instituciones financieras que canalizan recursos hacia este sector.

La CAF apoya a los empresarios de los países accionistas en la concreción de alianzas estratégicas y participa en la conformación del patrimonio de fondos de inversión destinados a promover el desarrollo de infraestructura o de actividades productivas privadas en general.

Productos y servicios.

La CAF opera bajo el concepto de banca múltiple, ofreciendo servicios similares a los de un banco de comercio, de desarrollo e inversión. Ello permite que sus clientes dispongan de una amplia gama de productos y servicios financieros. Adicionalmente, estudia en forma permanente el diseño y desarrollo de nuevos productos financieros de acuerdo a los requerimientos y oportunidades del mercado.

- Otorga préstamos a corto, mediano y largo plazo, cooperaciones técnicas, participaciones accionarias, avales y garantías.
- Realiza operaciones de cofinanciamiento con diversas instituciones multilaterales en internacionales.
- Otorga líneas de crédito a empresas y entidades bancarias para financiar operaciones de comercio exterior y capital de trabajo.

- Opera como banco de segundo piso para canalizar recursos hacia diversos factores productivos.
- Financia empresas privadas que operan concesiones estatales, de colaborar con el traspaso de la actividad productiva del área pública a la privada.
- Brinda financiamiento para la adquisición de compañías y/o activos en proceso de privatización, así como empresas recientemente privatizadas.
- Presta apoyo a empresas y bancos para que accedan a los mercados de capitales locales e internacionales.
- Apoya a instituciones que realizan operaciones de arrendamiento financiero.
- Recibe depósitos a plazo y emite bonos a mediano plazo, a tasas competitivas, a nivel del mercado financiero internacional.
- Présta servicios de asesoría financiera a sus clientes, incluyendo consultorías sobre calificación de riesgo.
- Actúa como agente financiero.

PLANES DE EXPORTACIÓN.

Al momento de exportar la fase más difícil, es la inicial, ya que consiste en el proceso de vender en los mercados internacionales, las cuales pueden ser inciertos, riesgosos y muy costosos, dado que es allí donde hay que estudiar más y planificar mejor.

Para una empresa pequeña, exportar puede ser visto, como una oportunidad o como un mal necesario, dependiendo de la motivación y de la visión estratégica que tenga, independiente de la manera de cómo la empresa asuma el reto.

Competir en el mercado externo requiere preparación, estrategia, creatividad, calidad y constancia, por tal motivo es bueno establecer un plan de exportación que va desde la investigación de mercado, hasta la exportación del producto.

1. Investigación de mercado.

La conquista de mercados internacionales solo es factible, si se establece un diseño para la ejecución de una estrategia de entrada, soportada por una investigación de mercados potenciales y el desarrollo de un plan de mercadeo, la cual involucra las decisiones a tomar en cuanto a producto, promoción, precio y distribución.

Existen tres tipos de criterios que es necesario tener en cuenta en el momento de seleccionar un mercado:

1) Criterios preliminares: puede ser aplicable a cualquier país, la cual permite a través de la revisión de distintos índices y factores (PIB, población, ingreso y consumo percapita) conocer el grado de poder adquisitivo de sus habitantes y el crecimiento económico registrado. Conocer el grado de apertura del comercio exterior, costos de flete y afinidad cultural.

2) Seleccionar los posibles países basándose en su potencial de mercado, el exportador deberá tener información sobre el tamaño de mercado y su potencial de crecimiento, así como el patrón de la demanda.
3) Estudio del mercado propiamente dicho, viéndose con detalle las fuerzas competitivas que actúan en los diferentes productos. Se efectúan comparaciones de productos, estudios de la competencia, estructura del mercado, canales de distribución e identificación de los consumidores finales.

No puede ser considerado el mejor mercado, aquel de los países desarrollados, hay un consenso generalizado entre los empresarios en que existe una diferencia entre los mercados reales y posibles, por lo que una manera de asegurar el éxito es incursionar en los mercados naturales, para luego entrar en los mercados más exigentes. Dentro de esta estrategia de entrada la empresa debe decir el número de países que abordará a la vez, ya que en la actividad exportadora es necesario determinarlo para así cumplir con uno de los principales objetivos de la comercialización internacional, como es reducir la dependencia hacia un mercado específico. Adicionalmente la empresa deberá realizar inversiones para modernizar el producto y poder de esta manera entrar en el mercado internacional con un producto diferenciado.

2. Certificados de calidad.

Los certificados de calidad son hoy por hoy un requisito indispensable para poder competir en el mercado internacional. Para obtenerlos hay que cumplir normas específicas que evolucionan con los adelantos tecnológicos.

A finales de los años ochenta, principio de los noventa las empresas tuvieron que tener en cuenta un nuevo concepto, que era el de la calidad y homogeneidad en los procesos industriales y empresariales, resumidos con las siglas ISO, que era simplemente la Organización Internacional de Estandarización, debido a esto las empresa comenzaron la ardua tarea de producir, logrando obtener una certificación ISO. Donde obtener esta certificación en cualquiera de las categorías era motivo de orgullo para las empresas, ya que no solamente demostraba la preocupación y empeño de la organización en desarrollar un trabajo impecable en beneficio de los consumidores y

usuarios, sino porque le dice al resto del mundo que esa empresa cumple con estándares mundiales de calidad, que no deben temer hacer tratos comerciales con las empresas poseedoras de un certificado ISO, cualquiera que sea su lugar de origen.

Las normas ISO son una barrera pararancelaria para la exportación de bienes y servicios, diseñadas por los países desarrollados para controlar el ingreso a sus territorios de bienes producidos en naciones del tercer mundo.

El sistema de calidad ISO 9000 tiene como propósito garantizar que se satisfagan las especificaciones y exigencias requeridas por los clientes y está destinada a facilitar y regular el intercambio comercial nacional e internacional. Recientemente se incorpora una nueva categoría a la serie ISO-9000, se trata de ISO-9000 platinum, y está dirigido a la empresa de servicios, como restaurantes, hoteles, bancos, servicios turísticos entre otros.

Las normas ISO-9000 comienzan a ser un aspecto superado por los países en vías de desarrollo. Los países industrializados crearon una nueva variante ISO, se trata de la serie ISO-14000 relacionada con los sistemas de gestión ambiental. En Venezuela se otorgan los certificados COVENIN-ISO 14001 desde el año 1996, este modelo especifica los requerimientos de un sistema de gestión ambiental que puede ser objetivamente auditado para el propósito de certificación y registro de una empresa.

A partir del primero de enero del 2000 las empresas que no cuenten con el certificado ISO-14000, comenzarán a tener inconvenientes en los mercados internacionales, tener este certificado deberá ser visto como un componente de competitividad.

No solamente las compañías requieren de aceptación internacional, también los organismos certificadores y normalizadores necesitan importantes relaciones internacionales para que los certificados de calidad que otorgan tengan relevancia en los diferentes mercados internacionales.

3. Permisos

Pese a las dificultades que hay en Venezuela para realizar trámites administrativos, el proceso de exportación no es excesivamente complicado, ya que va a depender del producto que se va a exportar.

Los permisos son necesarios no solo, para que el Estado tenga conocimientos de que productos salen del país, sino también para aquellos que ingresan al mismo. Las autoridades extranjeras pueden conocer, además del estado sanitario del producto, el origen de la materia prima que se utilizó en la elaboración del mismo, de manera de hacer cumplir los convenios internacionales y otorgar preferencias arancelarias en los casos establecidos.

a) Declaración de Aduanas: Este documento especifica la mercancía a exportar y sus características. Para elaborarlo la empresa debe contratar los servicios especializados de un agente aduanal, que es el único personal autorizado por ley para ejecutarlo.

b) Documento de transporte: Tiene una doble función, el contrato de flete y el título de propiedad de la mercancía. Cuando el transporte se realiza por vía terrestre o marítima se denomina Porte por carretera o conocimiento de embarque respectivamente, y cuando se realiza por vía aérea, se le llama guía aérea, es emitido por la empresa de transporte que presta el servicio.

c) Factura comercial definitiva: Este documento contiene el costo del producto y el exportador debe enviarlo a su cliente en el exterior, se presentará en el lugar de destino.

d) Certificado Sanitario: Es la garantía del estado sanitario del producto, es uno de los documentos más importantes y los expide el Ministerio de Sanidad y Desarrollo a través de la división de Alimentos, Drogas y Cosméticos.

e) Certificado de Origen: Demuestra que los bienes son originarios del país. Su presentación es necesaria en los países receptores de la mercancía para que los exportadores puedan beneficiarse de las preferencias arancelarias establecidas en los acuerdos internacionales suscritos por Venezuela. Igualmente es necesario aprovechar las preferencias arancelarias otorgadas por los países desarrollados, mediante el Sistema Generalizado de Preferencias.

Para obtener el certificado de origen es indispensable que el exportador presente el perfil del producto, en el Centro de Atención Directa al Exportador del Ministerio de Producción y Comercio.

Las empresas exportadoras deben anexar al perfil del producto una breve descripción del proceso productivo. Para los productos de origen animal, vegetal y mineral que no sufran transformación, los exportadores deberán presentar constancia de la Asociación de Productores. Cuando los exportadores son empresas comercializadoras, no productoras, el Certificado de Origen debe estar acompañado de la factura comercial del producto o constancia de fabricación del mismo, con excepción de los certificados de origen de los bienes con destino a México (G-3), en cuyo caso el comercializador-exportador tiene que presentar la declaración de origen firmada por el productor.

f) Certificado Fitosanitario: Este permiso se exige para la exportación de productos de origen vegetal y se obtiene ante la oficina del Ministerio de Producción y Comercio y en las oficinas de Sanidad Vegetal de los puertos y aeropuertos del país con 72 horas de anticipación de la exportación.

g) Certificado Zoosanitario: Se utiliza cuando se exportan animales vivos y productos y subproductos de origen animal, los cuales requieren de este documento para salir del país. Se gestiona de igual manera ante el Ministerio de Producción y Comercio en el área de servicio autónomo de Sanidad Agropecuaria.

INCENTIVOS A LA EXPORTACION

Bonos de Exportación.

La Ley de Incentivo a las Exportaciones, establece que todas las personas naturales o jurídicas que exporten artículos agropecuarios producidos en el país tendrán derecho a un crédito fiscal que será pagado mediante bonos o certificados, los cuales serán al portador, libremente negociables.

La ley establece para los bonos y demás instrumentos contemplados en la ley, las normas de fiscalización y control que estimen adecuadas con el objeto de que no se desvirtúen las finalidades perseguidas con el establecimiento del crédito.

Actualmente se especifica que los Bonos de Exportación serán depositados en el Banco de Comercio Exterior, así como también le corresponde la entrega de los mismos a los exportadores, conjuntamente con las entidades bancarias que a los efectos autorice el Ministerio de Finanzas.

El Ministerio de la Producción y el Comercio evaluará permanentemente la eficacia y efectos del Sistema de Incentivos a las Exportaciones y propondrá al Ejecutivo Nacional, correctivos, ajustes o modificaciones que considere necesario.

La documentación que se exige para los Bonos de Exportación es la siguiente:

- Manifiesto de Exportación.
- Certificado de Ingreso de divisas.
- Conocimiento de Embarque.
- Factura Comercial definitiva.

Incentivos Fiscales de carácter aduanero.

Los regímenes aduaneros especiales tiene por objetivo, facilitar la competitividad a las exportaciones no tradicionales, mediante la suspensión o devolución de pago de aranceles sobre aquellos bienes o aquellos insumos que importa para luego incorporarlos a la producción nacional, que más tarde se coloca en los mercados internacionales.

Tipos de Incentivos.

I. **Régimen de Admisión temporal para el perfeccionamiento Activo:** Se permite recibir dentro de un territorio aduanero nacional, mercancía con suspensión de impuestos aplicables a la importación para ser reexpedidas, luego de sufrir transformación, elaboración o reparación. Dichas mercancías ingresadas bajo este régimen no están sujetas al pago de impuestos al consumo suntuario y ventas al mayor.

II. **Reposición con Franquicia Arancelaria:** Este régimen permite importar, por una sola vez, con liberación de pago de los impuestos de importación, mercancías equivalentes en cantidad, descripción, calidad y características técnicas aquellas a las cuales se pagaron los impuestos de importación y fueron utilizados en la producción de mercancías exportadas previamente con carácter definitivo.

III. **Reintegro de Impuestos de Importación (Drawback):** Es el procedimiento aduanero, mediante el cual se exportan bienes cuyos procesos productivos fueron incorporando mercancías importadas. Se devuelven los

impuestos de importación cancelados respecto a dichas mercancías.

IV. **Depósitos Aduaneros (In Bond):** Las mercancías extranjeras, nacionales o nacionalizadas son depositadas en lugares detinados para estos efectos, bajo control y potestad de la aduana, sin estar sujetas al pago de impuestos de importación y tasa por servicios, por estar dirigidas a la venta en los mercados nacionales e internacionales, previo cumplimiento de los requisitos legales.

V. **Almacenes Generales de depósito:** Tienen como función la conservación y guarda de los muebles y la expedición de certificados de depósito y bonos de prenda. Las mercancías podrán estar en depósito hasta dos años sin el pago de los derechos que causaría su importación, previa autorización del Ministerio de Finanzas.

VI. **Zonas Francas:** Es el área especial de terreno que está físicamente delimitada y sujeta a un Régimen Especial, en la cual personas jurídicas podrán instalarse y cuyo objetivo sea la producción, comercialización de bienes para la exportación, así como la prestación de servicios vinculados con el comercio internacional.

VII. **Recuperación de impuestos al Consumo Suntuario y Ventas al Mayor:** A toda exportación se le aplicará una alícuota impositiva de cero por ciento gravamen por la exportación de bienes muebles y de prestaciones de servicios, entendiéndose por estas últimas, aquellas donde los beneficiarios o receptores de los servicios no tienen domicilio o residencia en el país y siempre que dichos servicios sean exclusivamente utilizados en el extranjero.

PRINCIPALES EMPRESAS EXPORTADORAS

En tiempos de crisis donde la economía es cada vez más recesiva, las exportaciones pasan a cumplir un punto de gran importancia dentro de las principales empresas nacionales, con el fin de poder mantener su liderazgo, prueba de esto es la existencia y organización de departamentos de exportación y comercio internacional dentro de las compañías.

Esto se traduce en la necesidad que tienen las empresas de competir para ocupar posición dentro de un mercado globalizado.

En Venezuela existen diversas empresas exportadoras, de gran magnitud, así como empresas medianas, que han logrado expandirse en el mercado internacional.

SIDERURGICA DEL ORINOCO, SIDOR.

A pesar, de la crisis que se ha presentado en los últimos años, para SIDOR, no ha sido un punto de tranca ya que han establecido metas para elevar las cuotas de exportación a un 65% de la producción total anual, que comenzó en 1977 y estiman que será culminado en el año 2002.

Para llevar a cabo este plan, la empresa realiza inversiones de 800 millones de dólares que serán utilizados, no solo para elevar la producción, sino para intensificar su presencia en los mercados internacionales, comercializando sus productos en diversos puntos del mundo; entre los que destacan, el Continente Americano, principalmente los países del Pacto Andino, América Central, el Caribe, Estados Unidos, Europa, Asia y Africa.

Al cierre del año 1999, estiman cerrar sus exportaciones en el orden de 1,4 millones de toneladas de diversos productos de acero, cifra récord en las cuentas de la empresa adquirida por el Consorcio Amazonia en 1997. Para el año 2000 los planes de crecimiento de la empresa ascienden a un volumen de exportaciones superiores a 1,8 millones de toneladas, lo que significa un crecimiento del orden del 25 %, con respecto al año 1999. Estas cifras guardan estrecha relación con la voluntad de crecimiento de la región, que hoy en día esta en manos de empresarios privados, que tienen como meta ganar terreno en los mercados internacionales.

El volumen de exportaciones surge de la diferencia entre el plan de producción de la empresa y los pronósticos de ventas en el mercado nacional, que son estimadas de acuerdo a las proyecciones económicas y la participación del mercado esperada.

Actualmente el volumen de exportaciones de la empresa, representa el 60% de la producción, donde efectúan planes estratégicos de mercadeo en cada una de los países a exportar. El resultado de esto, viene dado por las posibilidades reales de exportación; sin embargo el número de variables que inciden en el desarrollo de los planes estratégicos es elevado, donde abarca desde el posicionamiento deseado en los diferentes mercados, las expectativas de crecimiento de cada país y la contribución de

cada producto, considerando su productividad, las ventajas de logística y las posibilidades de acceso al mercado.

A pesar de invertir tiempo y dinero en el proceso de exportación, SIDOR, presenta dos problemas fundamentales: la situación del mercado mundial del metal, donde existe una sobreoferta, originada por diversos factores, entre los que destacan la crisis del Continente Asiático, la búsqueda de mercados emergentes y los efectos de la globalizaciòn, que traen como consecuencia un mercado más dinámico y agresivo en términos de competencia.

Por otro lado, la necesidad de adaptarse a las exigencias de los compradores, lo que ha hecho que SIDOR busque tener mayor flexibilidad, ya que la demanda de los importadores son muy diversas, comenzando desde el diseño del producto, hasta el embalaje e identificación del mismo, dadas las condiciones de venta o la necesidad de confeccionar documentos particulares ajustados al contexto legal de cada uno de los países.

EMPRESAS POLAR.

POLAR, inicia sus exportaciones en la década de los noventa, como una estrategia para incrementar el mercado de ventas, siendo una de las empresas con mayor rentabilidad en el mercado local, ha llevado a cabo un proceso de reestructuración, donde las exportaciones han ejercido un papel de gran importancia, comercializando sus principales líneas de producción, en el área de cervezas, maltas y alimentos para los mercados de Norteamérica, Europa y el Caribe, donde han logrado implementar líneas de productos en Colombia, Holanda y Portugal, logrando especializarse y ajustarse a las necesidades de operación de cada uno de estos mercados.

Se han planificado las exportaciones sobre la base de una estrategia global, que va desde el estudio del entorno de cada uno de los mercados, en lo cual resulta valioso los aportes informativos de los distribuidores de cada localidad, quienes proveen herramientas de análisis para arribar a estrategias y metas acertadas.

Las exportaciones se planifican en fusión de las demandas mensuales definidas entre la empresa y los distribuidores, lo que se traduce en órdenes de despacho relacionados con los puertos de acceso de cada país, así como la comunicación constante con los mercados internacionales, para identificar las oportunidades de crecimiento y mejora en los productos, con el fin de que el consumidor final pueda acceder a productos de alta calidad.

Pero como todas las empresas, POLAR, también ha tenido dificultades para exportar y uno de sus principales problemas es que Venezuela no cuenta con una infraestructura exportadora, aunado a los instrumentos impositivos de los mercados de destino que han reducido las posibilidades de competir en materia de precios.

Al cierre del año 1999, la empresa estima conservar los mismos volúmenes de exportación que en el año 1998, en lo que se refiere a malta y cerveza, logrando ingresos por el orden de 21.000 millones de Bolívares. Para el año 2000 esperan

incrementar levemente sus volúmenes de ventas, tomando en cuenta que los planes apuntan a un proceso de consolidación y desarrollo de aquellos mercados donde tienen presencia, así como la entrada de nuevos productos de venta, en el área del Caribe, donde consideran que pueden llegar a ser competitivos en términos de precio, calidad y distribución.

MAVESA

Siendo una de las empresas líderes en la manufactura, mercadeo y distribución de productos de consumo masivo, MAVESA, comienza su proceso de exportación a principio de los años 90, donde dirigía sus productos a diversos destinos, América, Asia y Europa. Sin embargo sus principales esfuerzos se han concentrado en el Pacto Andino, con la apertura de oficinas comerciales en Colombia y Perú.

En el año 1998, MAVESA, mantuvo su posición exportadora gracias al volumen de venta de sus productos dirigidos a la Región Andina, a pesar de los fenómenos naturales y económicos que afectaron los mercados locales.

Se comercializaron alrededor de 21,4 millones de dólares, la cual representó un 6% del total de las ventas de la compañía, donde la mayor parte provino de Colombia. En el año 1999 las exportaciones de MAVESA se han reducido, pero continúan con optimismo su proceso de exportación, considerándolas no como un alivio recesivo, ni como una salida de inventario que no se colocó en el mercado local, al contrario, la Empresa se ha centrado en una visión de oportunidad y permanencia que les ha permitido tener una visión internacional, determinada por la consolidación de grandes bloques comerciales.

Para MAVESA, las exportaciones se derivan tanto de las oportunidades que la misma empresa produce, así como nuevas reglas de comercio global; estas oportunidades le dan a la empresa la posibilidad de consolidar nuevos mercados en sus categorías y marcas, lo cual a mediano plazo se traducirá en una participación relevante o de liderazgo, dependiendo de los mercados atendidos por la empresa.

El proceso de desarrollo consiste en:

- Investigar el mercado, identificando las oportunidades.
- Tomar en cuenta los productos únicos o aquellos que no están presentes en el mercado.

- Desarrollo y adecuación de productos para atender los mercados, a través de un plan de logística y tráfico que, que le permita abastecer los mercados.
- Tomar en consideración las actividades que garantizan el éxito en el mercado, canales de distribución y fuerzas de ventas.

CAFÉ EL PEÑON.

Como es de conocimiento de todos, los principales problemas que tiene el sector cafetalero, está relacionado directamente con los costos de producción, no así con el proceso de salida del país del producto, por tal motivo café EL PEÑON, se ha dado a la tarea de establecer un fondo de estabilización que le permite cubrir los baches cíclicos que se producen entre el precio de los mercados internacionales y el costo local.

La coyuntura actual ha impulsado al sector a desarrollar una lucha para ocupar mayor espacio en los mercados locales, donde la competencia se ha incrementado a favor de los cafetaleros artesanales, resultando imprescindible apuntar el desarrollo hacia nuevos consumidores.

En materia de exportaciones desde 1998 solo se ha logrado colocar el 10% de sus ventas primarias anuales, dado que los precios internacionales prácticamente han cerrado las fronteras hacia los mercados tradicionales y los están llevando a mover inventario, según la demanda hacia el Caribe y el Cono Sur.

La empresa estima que la coyuntura de bajos precios se mantendrá por un año mas, lo que hará que se intensifique la lucha en los mercados internos; sin embargo estimando condiciones positivas, esperan exportar alrededor de 40 mil a 50 mil toneladas de café procesado, incursionando en Estados Unidos, Canadá y América del Sur.

A pesar de todos los contratiempos presentes en el sector, EL PEÑON, considera que el país a mejorado su estructura exportadora, no solo a nivel de tasas drawbank, sino a nivel de seguridad, ya que el proceso de cartas de créditos con diversos bancos ha sido bastante fácil, logrando de este modo llevar a cabo sus exportaciones, sin sufrir de este modo tantas limitaciones.

CARIBE NAUTICA

CARIBE NAÚTICA, empresa de origen venezolano, no se ha visto amedrentada por el principal país exportador de botes inflables, Italia, que tiene alrededor de 50 marcas de competencia en diferentes mercados internacionales. Esta empresa ha logrado posicionarse en el mercado de lanchas inflables dentro de los Estado Unidos y el Caribe.

Actualmente la empresa cuenta con una línea de productos formada por 30 modelos que van desde botes auxiliares para yates, hasta botes medianos independientes.

Las exportaciones para CARIBE NAUTICA, representan el 90% de su producción, la cual es dirigida a mercados foráneos, logrando en 1999 colocar 2000 embarcaciones en Estados Unidos.

La compañía se maneja basándose en ampliar su presencia en nuevos mercados, lo cual garantiza estabilidad en el negocio, cuyos márgenes son dados por el volumen de ventas, a otros países, no viéndose afectados por los vaivenes de la economía venezolana.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Para poder promover un sector económico es necesario conocerlo primero, lo que implica superar los perjuicios y establecer un sistema de seguimiento que le permita establecer con propiedad, las contribuciones de la pequeña empresa a la economía nacional, determinar sus fortalezas y debilidades, impactos que las leyes y demás regulaciones tienen sobre la empresa y el monitoreo permanente de las condiciones de financiamiento del sector industrial.

Es necesario reactivar la economía venezolana y lograr una mayor participación de la economía no petrolera en el abordaje de los mercados internacionales, la cual tiene como condición esencial dar un mayor apoyo y promoción de la actividad empresarial, en los términos y condiciones como esta se exprese en la realidad y garantizarle un mercado apto a los productos.

A pesar de que las exportaciones venezolanas este año han disminuido paulatinamente, la apertura del Banco de Comercio Exterior se ha encargado profundamente de promover y diversificar las exportaciones, mediante la oferta prudente y oportuna de financiamiento, bien sea a través de la Banca Nacional o directamente a través de ellos mismos; por lo que las empresas exportadoras o potencialmente exportadoras pueden acudir a BANCOEX, o a la banca con el fin de obtener asesoría en la materia y lograr de este modo incrementar sus ventas.

Para tener éxito en materia de exportaciones es necesario entender, primero: lo difícil de conseguir clientes internacionales, gozar de mentalidad competitiva y tener cierta humildad, ya que no se puede entrar con arrogancia a los mercados. Asimismo, hay que obligarse a alcanzar la excelencia de los productos, y nunca correr el riesgo de perder buenos clientes y siempre saber escuchar sus sugerencias y la de los distribuidores, pues son ellos los que brindan la clave para poder adaptarse a los mercados.

Para competir en el ámbito internacional es necesario tener el tema de las exportaciones como un objetivo, donde la empresa tenga una gerencia dedicada exclusivamente al tema de exportaciones, la cual permita brindar soporte a los clientes foráneos.

Las empresas a parte de realizar un estudio de mercado, la cual incluye identificación de oportunidades, la compañía debe tomar en cuenta cuales productos son únicos o cuales no están presentes, para luego realizar una evaluación potencial de las categorías en donde la empresa participa y determinar las necesidades que no están cubiertas.

Para tener éxito en el ámbito de exportaciones será necesario tener un equipo multidiciplinario que cuente con los siguientes departamentos:

- Gerencia comercial: Gerencia activa que se encargue de visitar clientes y salga a vender los productos de la compañía.
- Coordinación Comercial: Logística de fletamento marítimo, aéreo o terrestre, así como administración de ventas, que se encargue de mantener un control estadístico y seguimiento de cotizaciones constantes a los cliente.
- Coordinación de despacho: Logística de embarque y documentación necesaria.

El considerar la crisis como situación temporal o coyuntural, la gerencia de una empresa debe ser manejada a largo plazo. Esta estrategia se debe expresar en la búsqueda constante de la presencia que se necesita para ser un actor de peso en el mercado global, a través de la consolidación de alianzas con grandes y prestigiosas empresas multinacionales.

Cada mercado tiene sus propias características, por lo que es un requisito indispensable saber cuales son las especificaciones técnicas, económicas, legales y políticas de determinados mercados antes de incursionar con el producto.

La fortaleza de exportar, no se centra en un producto o servicio de moda, cuya aceptación del público pueda ser pasajera, es necesario ofrecer productos y servicios sólidos, que trasciendan en el tiempo y puedan ser adaptados a los gusto y necesidades de los consumidores.

Una de las mejores maneras de dar a conocer un producto y establecer contactos con distribuidores o proveedores es a través de ferias internacionales, viajes y ruedas de negocios, lo cual se logra a través de cámaras binacionales establecidas en el país los cuales facilitan el proceso de participación.

BIBLIOGRAFIA.

- Informe anual 1998. Fondo Latinoamericano de Reservas.
- Informe anual 1998. Banco Latinoamericano de Reservas.
- Informe Anual 1997-1998. Corporación Andina de Fomento.
- Informes Banco de Comercio Exterior. Bancoex
- Revista Dinero. Edición XI aniversario.
- Información suministrada por Bancomext. Tratado del Libre Comercio del Grupo de los Tres.
- Internet: Asociación Latinoamericana de Integración.
  Empresas Polar.
  Sidor.
  Mavesa.
- Gaceta Oficial. 36.478. Decreto Nro. 2.539. Reglamento a la Ley de bonos o Certificados de Exportación.
- Ley Orgánica de Aduanas.
- Reglamento de la Ley Orgánica de Aduanas.
- Ley de Impuestos al Consumo Suntuario y Ventas al Mayor.
- Curso de Comercio Exterior dictado por Banco Caracas.

GLOSARIO.

Comercializadora: Cualquier intermediario o productor que participe directamente en la venta de un producto.

Financiamiento Post-Embarque: Financiamiento post-embarque es una modalidad de crédito al exportador, que esta dirigido a aquellas empresas que otorgan crédito a cuenta abierta a sus compradores y necesitan adelanto de fondos sobre las cobranzas que estas ventas a plazo generan.

Fiuanciamiento Pre-Embarque: Esta modalidad de financiamiento está dirigida a la compra de insumos, pagos de mano de obra, inventario, servicios corrientes o gastos generales de fabricación, utilizados para incrementar la oferta exportable, este tipo de financiamiento se da cuando no se ha realizado aún la venta.

Riesgo Comercial: Abarca, Insolvencia, mora prolongada, resolución de contrato, falta de entrega y retención de mercancía en tránsito.

Riesgos Políticos y Extraordinarios: Representan todos aquellos problemas de índole político, económico y catastrófico, independiente de la situación financiera del importador, que causa la imposibilidad del deudor para pagar todo o parte del crédito asegurado.